



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y  
AUDITORÍA - CPA**

**TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA DE VENTAS DE ROPA DE MUJER INDÍGENA POR  
CATÁLOGO, EN EL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA.**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**

**INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA - CPA**

**AUTORA:**

**MORÁN RUIZ MARÍA ERMELINDA**

**DIRECTOR: MGS RITA LUCÍA LOMAS**

**Ibarra, Septiembre 2016**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La presente de investigación tiene como propósito la creación de una microempresa de ventas de ropa de mujer indígena por catálogo, en el cantón Cotacachi, provincia de Imbabura. El estudio inicia con el diagnóstico que permite identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgo como resultado de la implementación del proyecto. En el marco teórico se sustentó las variables del problema y propuesta del proyecto. En estudio de mercado se contribuyó la determinación de la oferta, demanda, demanda insatisfecha, precios, canales de distribución y estrategias de comercialización. En el estudio técnico se cuantificó la macro localización, micro localización, inversiones, costo de operaciones, y el financiamiento. La evaluación económica y financiera del proyecto se apoyó en los estados financieros, flujo de caja, índices de rentabilidad como el VAN; TIR, Costo Beneficio y la Recuperación de dinero en el tiempo. En la estructura organizacional se estableció la constitución legal y administrativa de acuerdo a las necesidades de la microempresa, pero sobre todo para dar la sustentabilidad del proyecto. Finalmente se analizó los impactos social, económico, ambiental y cultural, como resultado de la operación del proyecto.

## SUMMARY

The present research pursues the creation of a micro-enterprise that sells clothing for indigenous women by catalog, in Cotacachi, Imbabura. The research begins with the initial analysis that allows identifying allies, opponents, opportunities and risks as result of implementing the project. The framework gathers the variables of the study as well as the proposal. The market research contributed to determine the offer, demand unmet demand, prices, distribution channels and marketing strategies. The technical study quantifies the macro-location and micro-location, investments, cost of operation, and financing. The economic and financial evaluation of the project was based on financial statements, cash flow, profitability indexes such as NPV, IRR, Cost – Benefit and cash return over time. The organizational structure establishes the legal constitution as well as administrative start-up according to the needs of the micro-enterprise, mainly focusing on giving the project sustainability. Lastly, the social, economic, environmental and cultural impacts were analyzed as a result of the project operation.

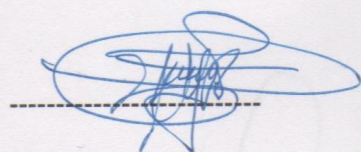
## AUTORÍA

Yo, MARÍA ERMELINDA MORÁN RUIZ, portadora de la cedula de ciudadanía No 1003541370, declaro bajo mi juramento que el presente trabajo descrito aquí es de mi autoría:

“Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa de Ventas de Ropa de Mujer Indígena por Catálogo, en el cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura”.

Que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se ha respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluye en este documento.

En la ciudad de Ibarra, 11 de julio del 2016



Firma

C.I: 1003541370

## INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por la egresada MARÍA ERMELINDA MORÁN RUIZ, para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría-CPA, cuyo tema es: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE VENTAS DE ROPA DE MUJER INDÍGENA POR CATÁLOGO, EN EL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA.**

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, 11 de julio del 2016



**Mgs. Rita Lucía Lomas**

**C.I. 1001348695**

**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**





## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, MARÍA ERMELINDA MORÁN RUIZ, con cédula de ciudadanía No 1003541370, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE VENTAS DE ROPA DE MUJER INDÍGENA POR CATÁLOGO, EN EL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA-CPA, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "M. Morán Ruiz", is written over a horizontal line.

Autora: María Ermelinda Morán Ruiz

Cédula: 1003541370

Ibarra, 13 de Septiembre del 2016



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD**  
**TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1003541370		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Morán Ruiz María Ermelinda		
<b>DIRECCIÓN:</b>	COTACACHI-SAGRARIO		
<b>EMAIL:</b>	ermelymales@gmail.com		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>		<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0991358418
<b>DATOS DE LA OBRA</b>			
<b>TÍTULO:</b>	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE VENTAS DE ROPA DE MUJER INDÍGENA POR CATÁLOGO, EN EL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”		
<b>AUTOR (ES):</b>	Morán Ruiz María Ermelinda		
<b>FECHA:</b>	2016/09/13		
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>			
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO		
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Título de Ingeniera En Contabilidad y Auditoría - CPA		
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	Mgs. Rita Lucía Lomas		

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, María Ermelinda Morán Ruiz, con cédula de ciudadanía No 1003541370, en calidad de autor (a) (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

El (La) autor (a) (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, 13 de Septiembre del 2016

**LA AUTORA:**

(Firma).....

Nombre: María Ermelinda Morán Ruiz

C.C.: 1003541370

Facultado por resolución de Consejo Universitario \_\_\_\_\_



## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación lo dedico a dios, a mis padres y en especial a mis dos hijos Ñusta y Rumí por el ánimo brindado para lograr mis objetivos planteados, que siempre me acompañaron en todos los momentos más difíciles de mi vida como el motor que revive en mi ser.

Y a mis hermanas(os) que de alguna forma me supieron ayudar en los momentos más necesitados durante el periodo estudiantil.

María Ermelinda Morán Ruiz

## **AGRADECIMIENTO**

Doy gracias a Dios por darme la vida, con lo cual he logrado cumplir mi meta. A mis familiares quienes me motivaron y me acompañaron con su apoyo moral

De manera especial a mis profesores por brindarme las experiencias adquiridas, con los cuales he podido generar este trabajo de investigación, de la misma forma a la Universidad Técnica del Norte por ser el ente rector de este proyecto como sembradores de emprendimiento

Al presentar mis sinceros agradecimientos me siento obligado a contribuir en bien de la sociedad actual, los conocimientos generados en mi persona.

María Ermelinda Morán Ruiz

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
SUMMARY .....	iii
AUTORÍA.....	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
DEDICATORIA .....	ix
AGRADECIMIENTO .....	x
ÍNDICE GENERAL .....	xi
ÍNDICE DE CUADROS.....	xviii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xxi
PRESENTACIÓN.....	xxii
INTRODUCCIÓN .....	xxiv
ANTECEDENTES .....	xxiv
JUSTIFICACIÓN .....	xxv
OBJETIVOS .....	xxvi
OBJETIVO GENERAL.....	xxvi
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	xxvi
METODOLOGÍA UTILIZADA .....	xxvii
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	xxvii
MÉTODO INDUCTIVO .....	xxvii
MÉTODO ANALÍTICO.....	xxvii
CAPÍTULO I .....	28
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	28
Antecedentes del diagnóstico.....	28
Objetivos .....	29
Objetivos General .....	29
Objetivo específicos del diagnóstico .....	29

Establecimiento de Variables diagnosticas .....	30
Macroentorno .....	30
Entorno sectorial .....	30
Microentorno.....	30
Indicadores que definen las variables .....	31
Macro entorno .....	31
Entorno sectorial .....	32
Micro entorno.....	32
Matriz de Relación Diagnóstica.....	35
Análisis del macro entorno .....	38
Análisis de entorno sectorial .....	40
Análisis de micro entorno .....	40
Construcción de la matriz AOOR. ....	42
Determinación de la oportunidad de la inversión .....	42
CAPÍTULO II .....	43
MARCO TEÓRICO.....	43
Vestimenta Indígena .....	43
Definición .....	43
Trajes típicos de Mujer Indígena .....	44
Microempresa .....	50
Definición .....	50
Importancia de la microempresa.....	51
Características de la microempresa.....	51
Personas naturales .....	52
Definición .....	52
Clasificación de las personas naturales.....	52
Comercialización .....	53
Definición .....	53
Importancia de la comercialización .....	53
Elementos la comercialización .....	54
Catálogo .....	55
Venta por catálogo .....	55
Mercado .....	56

Definición .....	56
Demanda .....	56
Definición .....	56
Oferta .....	56
Definición .....	56
Administración.....	57
Definición .....	57
Estructura Administrativa .....	57
Contabilidad.....	57
Definición .....	57
Importancia de la contabilidad.....	58
Proceso contable .....	58
Costos.....	59
Definición .....	59
Clasificación de Costos.....	59
Producción .....	60
Definición .....	60
Elementos de costos de producción .....	60
Plan de Cuentas.....	62
Definición .....	62
Elementos que conforman plan de cuentas son: .....	62
Indicadores Financieros .....	64
Tasa Interna de Retorno (TIR).....	64
Valor Actual Neto (VAN).....	65
Relación Costo Beneficio (C/B) .....	65
Punto de Equilibrio (PE).....	65
Flujo de caja.....	66
Rentabilidad .....	66
Definición .....	66
Financiamiento.....	67
Definición .....	67
Obligaciones Tributaria .....	67
CAPÍTULO III.....	69



ESTUDIO DE MERCADO .....	69
Introducción .....	69
Objetivos del Estudio del Mercado.....	69
Objetivo General .....	69
Objetivos Específicos.....	69
Matriz de Diagnóstico del Estudio del Mercado.....	70
Descripción del Producto .....	71
Características físicas del producto a ofertar .....	71
Segmentación del Mercado.....	71
Características de oferta actual de productos similares .....	72
Identificación de la población.....	73
Identificación de la etnia indígena en el cantón Cotacachi.....	74
Determinación de la Muestra .....	75
Diseño de Instrumento de Investigación.....	76
Levantamiento de Investigación de Campo .....	77
Instrumentos Utilizados .....	77
Tabulación y Procesamiento de la Información.....	78
Análisis e Interpretación de los Resultados de Encuestas .....	89
Identificación y Análisis de la Demanda .....	89
Datos para la determinación de la demanda .....	89
Proyección de la demanda .....	90
Identificación y Análisis de la Oferta .....	91
Proyección de la oferta.....	92
Demanda potencial a satisfacer.....	92
Datos para establecer el Precio de Venta al Público.....	93
Precio Proyectado en función del costo. ....	93
Análisis de la Competencia.....	95
Canales de distribución .....	95
A través de Vendedores .....	95
Conclusión del Estudio de Mercado .....	96
CAPÍTULO IV.....	97
ESTUDIO TÉCNICO .....	97
Introducción .....	97

Objetivos .....	97
Objetivo General .....	97
Objetivos Específicos.....	97
Localización del Proyecto .....	98
Macro localización.....	98
Micro localización .....	99
Determinación de factores. ....	99
Evaluación de Factores .....	101
Selección de lugares.....	101
Matriz de Factores.....	102
Diseño de la Planta.....	103
Distribución de la Planta.....	103
Representación gráfica de la Distribución de la planta.....	104
Tamaño del proyecto.....	105
Mercado .....	105
Disponibilidad de Recursos Financieros.....	105
Disponibilidad de Insumos, Materiales y Materia Prima.....	105
Tecnología a utilizar .....	105
Capacidad instalada .....	106
Ingeniería del proyecto .....	106
Procesos de fabricación.....	106
Pasos de fabricación y comercialización .....	106
Flujo gramas.....	107
Presupuesto del proyecto .....	113
Inversión Fijas.....	113
Inversiones Variables.....	118
Determinación de Capital de Trabajo .....	122
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>124</b>
<b>EVALUACIÓN FINANCIERA .....</b>	<b>124</b>
Introducción .....	124
Presupuestos de Ingresos Proyectados.....	124
Proyección de Egresos .....	125
Proyección de Presupuesto de Costos.....	125

Gastos Administrativos .....	126
Tabla de Amortización.....	127
Tabla de Depreciación .....	129
Balance de arranque al cero .....	130
Estados Proformas .....	131
Estado de flujos de efectivo .....	132
Costo de oportunidad .....	133
Calculo de la TIR .....	134
Periodo de recuperación de la inversión .....	134
Costo beneficio .....	135
Conclusión del Estudio Financiero .....	136
CAPÍTULO VI.....	137
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	137
La Microempresa .....	137
Nombre o Razón Social .....	137
Logotipo de la Microempresa .....	137
Conformación Jurídica.....	138
Misión .....	139
Visión.....	139
Objetivos .....	140
Políticas.....	140
Principios .....	140
Valores .....	141
Estructura Organizacional.....	142
Orgánico Estructural .....	142
Orgánico Funcional.....	142
Gerente.....	142
Contadora.....	143
Secretaría.....	144
Bodeguero .....	145
Personal de producción .....	145
Personal de Comercialización.....	146
Diseñador Grafico .....	147

Reglamento Interno.....	148
Políticas.....	148
Requisitos legales.....	148
Riesgos del trabajador.....	148
CAPÍTULO VII .....	152
IMPACTOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	152
Análisis de los impactos.....	152
Impacto Social .....	153
Impacto Económico .....	154
Impacto Ambiental.....	155
Impacto Cultural .....	156
Matriz general de impactos.....	157
CONCLUSIONES .....	159
RECOMENDACIONES.....	160
BIBLIOGRAFÍA .....	161
LINKOGRAFÍA .....	162
ANEXOS .....	163
ANEXO 1.....	164
ANEXO 2.....	168
ANEXO 3.....	173
ANEXO 4.....	179
ANEXO 5.....	180

## ÍNDICE DE CUADROS

1. Matriz de Relación Diagnóstica.....	35
2. Indicadores Económicos .....	38
3. Matriz de relación AOOR.....	42
4. Matriz de estudio de mercado .....	70
5. Precio del Mercado .....	73
6. Población de tres parroquias del cantón Cotacachi.....	74
7. Porcentaje de Etnia .....	74
8. Crecimiento poblacional .....	75
9. Población actual al 2015 .....	75
10. Las diferentes etnias existentes .....	78
11. Utilización de vestimenta.....	79
12. Lugar que adquiere .....	80
13. Dispuestas a comprar .....	81
14. Prendas con mayor frecuencia .....	82
15. Tiempo que adquiere.....	83
16. Unidades dispuestas a comprar .....	84
17. Aspectos que consideran.....	85
18. El costo dispuesta a pagar .....	86
19. Forma de pago.....	87
20. Medio de publicidad .....	88
21. Determinación de Tasa de Crecimiento .....	89
22. Determinación de la Demanda Actual .....	90
23. Proyección de la Demanda.....	91
24. Trajes vendidos .....	91
25. Proyección de la Oferta.....	92
26. Demanda insatisfecha .....	92
27. Inflación de los cinco años anteriores .....	93
28. Costo de Unitario de las prendas .....	94
29. Inflación de precios.....	94
30. Macro localización.....	98
31. Parroquias del Cantón Cotacachi .....	99
32. Evaluación de Factores .....	101



33. Matriz de factores .....	102
34. Maquinaria y Equipo.....	113
35. Equipo de Oficina .....	114
36. Muebles y enseres .....	115
37. Construcción y Adecuación .....	116
38. Suministros de oficina.....	116
39. Inversiones Fijas .....	117
40. Gastos de Constitución .....	117
41. Materia Prima Directa.....	118
42. Materia Prima Indirecta .....	119
43. Mano de Obra directa e indirecta.....	119
44. Costos indirectos de fabricación .....	120
45. Sueldos Administrativos .....	121
46. Gastos de Ventas.....	121
47. Capital de trabajo .....	122
48. Inversión Total de Proyecto .....	123
49. Financiamiento.....	123
50. Proyección de precio con inflación.....	124
51. Presupuesto de Proyección de ventas .....	124
52. Presupuesto de costos de producción.....	125
53. Proyección de egresos.....	125
54. Gastos Administrativos.....	126
55. Gasto de Ventas .....	127
56. Tabla de Amortización.....	128
57. Tabla de depreciación .....	129
58. Depreciación Anual .....	129
59. Estado de situación financiera .....	130
60. Estado de Resultados .....	131
61. Cálculo del Impuesto a la Renta .....	132
62. Flujo de Efectivo.....	132
63. Costo de capital.....	133
64. Periodo de recuperación de la inversión .....	134
65. Costo beneficio .....	135

66. Valoración de Nivel de Impactos.....	153
67. Niveles de impacto.....	154
68. Impacto económico.....	155
69. Impacto Ambiental.....	156
70. Impacto Cultural .....	157
71. Resumen de Impactos .....	157

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. Mapa Físico de Cotacachi .....	29
2. Vestimenta Indígena .....	43
3. Camisa de mujer .....	44
4. Anaco negro .....	45
5. Fachalina .....	46
6. Rebozo rosado.....	47
7. Chumbi de colores .....	47
8. Cinta de cabello.....	48
9. Manillas de coral rojo .....	49
10. Collar de cristal .....	49
11. Alpargatas .....	50
12. Imágenes de catálogo .....	71
13. Identificación de etnia.....	78
14. En qué ocasiones utiliza la vestimenta.....	79
15. Lugar de adquisición.....	80
16. Dispuestas a comprar .....	81
17. Prendas de vestir con mayor frecuencia.....	82
18. Tiempo de adquisición.....	83
19. Unidades que están dispuestas a comprar .....	84
20. Qué aspectos considera .....	85
21. El costo dispuesto a pagar.....	86
22. Forma de pago.....	87
23. Medio de publicidad .....	88
24. Mapa físico de Cotacachi .....	98
25. Localización.....	99
26. Distribución de la Planta.....	104
27. Logotipo .....	137
28. Estructura Organizacional.....	142

## **PRESENTACIÓN**

En nuestro país existen diferentes etnias, que posee como una característica importante en identificar con un traje típico a cada cultura indígena. En la sierra están los pueblos kichwas como otavalos, salasacas, cañarís y saraguros, en la provincia de Imbabura el grupo étnico más conocido a nivel internacional por sus artesanías son los otavalos originarios de Cotacachi, en la actualidad se ve un gran incremento de migraciones del campo a la ciudad en busca de mejorar las condiciones de vida.

La razón por la cual, la implementación del proyecto va enfocada en crear una microempresa de ventas de ropa de mujer indígena por catálogo, en vista que existe, una gran mayoría que utiliza una vestimenta como traje formal, y no existe un mercado a cubrir la demanda insatisfecha en el sector. A continuación se presenta una breve descripción de cómo se desarrollará el proyecto:

Primeramente se desarrolló un diagnóstico situacional, para identificar el problema y un análisis Macroentorno, Sectorial y Microentorno para determinar los Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos (AOOR).

A través de sustentó bibliográfico, criterio de los expertos y de la Lincografía existentes se aclaró los vocablos del problema de la investigación.

Seguidamente se recolectó la información a través de investigación de campo aplicada a la muestra poblacional en la cual se constituyó la cuantificación de la oferta, demanda, demanda insatisfecha y precios.

En el estudio técnico se procedió con la ubicación geográfica del proyecto, distribución física de la planta, implementos necesarios y la valoración de la inversión, costos operacionales y el financiamiento.

En el estudio financiero se determinó la viabilidad económica y financiera del proyecto, a través de indicadores financieros, flujos de caja se sintetiza todas las actividades del proyecto.

En la estructura organizacional se estableció un orgánico funcional y legal especificando cada área de trabajo a realizarse con actividades asignadas en función del objetivo planteado.

Finalmente se analizó los impactos que se generará como resultado de la implementación proyecto.



## **INTRODUCCIÓN**

### **ANTECEDENTES**

Cotacachi es un cantón multiétnico perteneciente a la provincia de Imbabura, que tiene la mayor parte de la población indígena, que conservan las diferentes costumbres y tradiciones culturales como: fiestas tradicionales de Jora, 6 de Julio, Inti Raymi, Paucar Raymi y otros eventos en donde especialmente las mujeres indígenas se ponen sus propias vestimentas y la mayor parte de ellas se acostumbran a usar diariamente. Sin embargo las personas que necesitan adquirir estos productos tienen que ir a otros cantones, ya que en Cotacachi no existe, pero si tiene ferias de otro tipo de productos en las que se podría aprovechar promocionando.

A demás Cotacachi es caracterizado por tener habitantes emprendedores en la industria del cuero, de hotelería y turismo, actividades desarrolladas por sus lugares turísticos de primer orden como la laguna de Cuicocha, la reserva ecológica Cotacachi Cayapas, cuenta con un reconocimiento de su gastronomía ancestral en la que se destacan principalmente las carnes coloradas, lo que permite contar con una gran afluencia de público para la comercialización de todo tipo de productos según la información obtenida del municipio de cantón Cotacachi.

Por tanto nace la necesidad de crear esta microempresa con la expectativa de satisfacer las necesidades de esta demanda para generar un mercado que agrupe a los pequeños bordadores y tejedores manuales los cuales vendrían a ser los proveedores para este tipo de producto que se va a ofrecer el mercado local e incentivar a la juventud a mejorar su imagen, fortalecer una tradición y cultura propia en utilización trajes típicos y además se impactaría a la existencia del turismo.

## JUSTIFICACIÓN

El proyecto es de suma importancia al emprender una actividad económica dedicada a la comercialización de la vestimenta típica de mujer cotacacheña a través de catálogo, ya que es una oportunidad ventajosa en instalarse en este mercado de demandantes a satisfacer y superar las expectativas de las mujeres que está orientada a mejorar la imagen personal en busca de cubrir las necesidades.

Con implementación y ejecución del proyecto se logra tener cliente satisfecho, por ende una buena rentabilidad y además se beneficiará a un grupo personas generando fuentes de empleo, mejorando la calidad de vida de las familias, y fortaleciendo conocimientos del personal involucrados por el desarrollo de la práctica.

Es viable la implementación del proyecto, ya que existe la facilidad de adquirir la materia prima, mano de obra y el financiamiento a través de instituciones financieras.

## OBJETIVOS

### OBJETIVO GENERAL

Realizar un Estudio de Factibilidad para la Creación de una microempresa de Venta de Ropa de Mujer Indígena por Catalogo, en el cantón de Cotacachi, Provincia de Imbabura, que genere fuentes de empleo que satisfaga las necesidades de vestimenta de las mujeres indígenas en el cantón.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✚ Realizar un diagnóstico situacional con la finalidad de establecer los Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos (AOOR).
- ✚ Elaborar las bases teóricas y técnicas que permitan estructurar el estudio de factibilidad en base a la correspondiente investigación.
- ✚ Realizar un estudio de mercado para el proyecto de factibilidad, que permita determinar la demanda, oferta, precios y comercialización del producto.
- ✚ Diseñar un estudio técnico que permita determinar localización óptima y la ingeniería del proyecto, inversiones y control operativo.
- ✚ Realizar un estudio económico y financiero que permita determinar la factibilidad del proyecto.
- ✚ Determinar la estructura organizacional y funcional de la microempresa, estableciendo funciones, responsabilidades, deberes y actividades para cada categoría.
- ✚ Analizar los impactos que se generaron en la implementación del proyecto en el ámbito social, económico, ambiental y cultural, para conocer si es rentable el proyecto.

## **METODOLOGÍA UTILIZADA**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Para la implementación del presente proyecto se efectuó los procedimientos como tipo de investigación, técnicas de recopilación de información, con la que estableció una buena formulación y realización del proyecto planteado. Los métodos utilizados en el proyecto son las siguientes:

#### **MÉTODO INDUCTIVO**

Se aplicó partiendo de la observación, recolección de datos, descripción y análisis del problema de investigación, en las cuales se determinó las necesidades, gustos o preferencias de los posibles clientes, a través de la encuesta y la entrevista.

#### **MÉTODO ANALÍTICO**

A través de este método se aplicó el análisis de las bases teóricas y se estableció una definición propia, para la justificación, establecer la matriz AOOR, interpretación en la tabulación, y la fundamentación de argumentos en los diferentes temas durante el desarrollo del proyecto.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1. Antecedentes del diagnóstico**

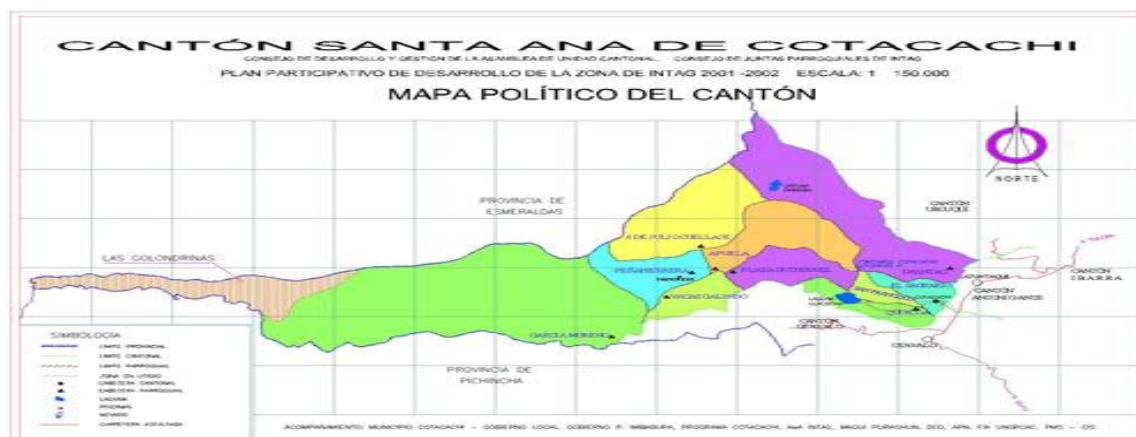
El cantón Cotacachi perteneciente a la provincia de Imbabura, tiene una gran diversidad geográfica y cultural que ha convertido en uno de los principales cantones de atracción turística del Ecuador Continental, como también es mundialmente conocido por la producción y comercialización de los artículos de cuero y de otras artesanías manuales en tejidos y la agricultura nativa. Que posee una altitud de 2.418 m.s.n.m; Clima: Templado, Temperatura promedio de 14°C, Población de 37.254 habitantes, ubicación geográfica: Norte de Quito, Capital del Ecuador, en la Provincia de Imbabura. A demás Cotacachi se compone por parroquias como: Imantag, San Francisco, Sagrario y Quiroga las cuales tienen comunidades indígenas, las que se dedican a diferentes actividades artesanales.

Un cantón que vive con su propia costumbre, se debe tener un mercado que ofrezca los implementos a acuerdo a la necesidad del sector, por momento no hay un mercado interesado en fortalecer la venta de vestimenta a través de catálogo.



## Gráfico N° 1

### Mapa Físico de Cotacachi



Fuente: Municipio de Cotacachi

Elaborado por: La autora

## 1.2. Objetivos

### 1.2.1. Objetivos General

Realizar un diagnóstico situacional para identificar los Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos (AOOR), y el uso del traje típico especialmente en las mujeres indígenas.

### 1.2.2. Objetivo específicos del diagnóstico

- Determinar el análisis externo de las variables políticas, económicas, sociales, tecnológicas, ambientales y culturales, para conocer en el entorno que va a operar, la microempresa.
- Describir el análisis sectorial a través de los variables clientes, proveedores y competidores.
- Describir el análisis interno a través de las variables información histórica, geográfica, uso de vestimentas, estructura organizacional, diseño de catálogos, comisiones, comercialización y administración de recursos.

### **1.3. Establecimiento de Variables diagnosticas**

#### **1.3.1. Macroentorno**

- ✓ Políticas
- ✓ Económicas
- ✓ Sociales
- ✓ Tecnológicas
- ✓ Ambientales
- ✓ Culturales

#### **1.3.2. Entorno sectorial**

- Clientes
- Proveedores
- Competidores

#### **1.3.3. Microentorno**

- ✚ Información, histórica, geográfica y uso de las vestimentas.
- ✚ Estructura organizacional
- ✚ Diseño de catálogos
- ✚ Comisiones
- ✚ Comercialización a través de catálogo.
- ✚ Administración de recursos tangibles.

## **1.4. Indicadores que definen las variables**

### **1.4.1. Macro entorno**

#### **Político**

- Política fiscal
- Código de trabajo
- Periodo gubernamental y cambios
- Control y regulación de leyes.

#### **Económico**

- PIB
- Política monetaria
- La inflación
- Tipos de cambio
- El ciclo económico
- Riesgo país

#### **Social**

- Población demográfica
- Eventos culturales
- Innovación de la moda actual
- Estilo de vida

#### **Tecnológico**

- Información y comunicación

- Potencialización de internet
- Innovación tecnológica
- Remplazo de la tecnología en la actividad laboral.

### **Ambiental**

- Regulación de leyes ambientales.
- Terremotos o incendios.

### **1.4.2. Entorno sectorial**

#### **Clientes**

- Población de Mujeres indígenas Cotacacheñas

#### **Proveedores**

- Materia prima en telas y otros implementos.
- Fajas o cintas de los artesanos tejedores.

#### **Competidores**

- Producto similar

### **1.4.3. Micro entorno**

#### **Información, histórica, geográfica y uso de las vestimentas.**

- Antecedentes históricos
- Demografía

Costumbres, tradiciones y eventos culturales.

- ✚ Localización

### **Estructura organizacional**

- ✚ Constitución de la microempresa
- ✚ Manual orgánico funcional
- ✚ Implantación de una cultura de mejora continua.
- ✚ Comunicación constante y eficiente con los proveedores

### **Diseño de catálogos**

- ✚ Aplicación de redes sociales.
- ✚ Modelos y diseños

### **Comisiones**

- ✚ Venta por intermediario
- ✚ Establecimiento de porcentaje de venta para el vendedor por catálogo.

**Comercialización a través de catálogo.**

- ✚ Canales de distribución
- ✚ Publicidad verbal y promociones.

**Administración de recursos tangibles.**

- ✚ Insumos
- ✚ Personal administrativo y operativo.
- ✚ Coordinación de capacitaciones.

## 1.5. Matriz de Relación Diagnóstica

### *Cuadro 1*

#### *Matriz de Relación Diagnóstica*

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TIPO DE INFORMACIÓN	TECNICA	FUENTES DE INFORMACIÓN
<b>Determinar el análisis externo de las variables políticas, económicas, sociales, tecnológicas, ambientales y culturales, para conocer en el entorno que va a operar, la microempresa.</b>	Políticas	Política fiscal Código de trabajo Periodo gubernamental y cambios Control y regulación de leyes	Secundaria	Bibliografía documental	BCE INEN
	Económicas	PIB Política monetaria La inflación Tipos de cambio El ciclo económico Riesgo país	Secundaria	Documental	BCE INEN
	Sociales	Población demográfica Eventos culturales Innovación de la moda actual Estilo de vida	Secundaria	Documental	Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, UNORCAC y otras entidades.
	Tecnológicos	Información y comunicación. Potencialización de internet Innovación tecnológica	Secundaria	Documental Encuestas y	BCE INEN

		Reemplazo de la tecnología en la actividad laboral.				
	Ambiental	Regulación de leyes ambientales. Terremotos o incendios.	Secundaria		Documental	BCE INEN
	Culturales	Costumbres y tradiciones Creencias y religiones.	Primaria y Secundaria		Documental	UNORCAC, Asamblea de Unidad Cantonal de Cotacachi
<b>Describir el análisis sectorial a través de las variables Información histórica, Proveedores, Diseño de catálogo y comercialización.</b>	Clientes	Población de Mujeres indígenas cotacacheñas	Secundaria		Documental	Datos del INEN
	Proveedores	Materia prima en telas y otros implementos. Fajas o cintas de los artesanos tejedores.	Primaria secundaria	y	Documental y entrevistas	Comunidades del cantón Cotacachi.
	Competidores	Producto similar	Primaria		Entrevistas	Comerciantes artesanos de mercado de Cotacachi
<b>Describir el análisis interno a través de las variables información histórica, geográfica, uso de vestimentas, estructura organizacional, diseño de catálogos, comisiones, comercialización y administración de recursos.</b>	Información, histórica, geográfica y uso de las vestimentas	Antecedentes históricos Demografía Costumbres, tradiciones y eventos culturales. Localización	Secundaria		Documental	Municipio de Cotacachi, UNORCAC
	Estructura organizacional	Constitución de la microempresa Manual orgánico funcional Implantación de una cultura de mejora continua.	Secundaria		Documental	BCE INEN Municipio de Cotacachi Asamblea de Unidad cantonal



		Comunicación constante y eficiente con los proveedores.			
Diseño de catálogos		Aplicación de redes sociales. Modelos y diseños	Secundaria	Documental	Yambal
Comisiones		Venta por intermediario Establecimiento de porcentaje de venta para el vendedor por catálogo.	Primaria	Entrevista	Vendedores del yambal
Comercialización a través de catalogo		Canales de distribución Publicidad verbal y promociones.	Secundaria	Documental	Publicidad Marketing y
Administración de recurso tangibles e intangibles		Insumos Personal administrativo y operativo. Coordinación de capacitaciones.	Secundaria	Documental	BCE INEN

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La autora

## 1.6. Análisis del macro entorno

### Político

En Ecuador la implementación de salvaguardias y la subida del IVA del 12 a 14% afectaron principalmente a los pequeños microempresarios, consumidores finales con el incremento en costos de producción y eso implica al proyecto que las prendas de vestir tendrán un costo medio alto, por la materia prima que será importado.

### Económico

#### *Cuadro 2*

#### *Indicadores Económicos*

<b>Indicadores Económicos</b>	
Deuda externa pública como % del PIB (Diciembre 2015)	20,40%
Inflación Anual (Mayo-2016/Mayo-2015)	1,63%
Barril de petróleo (WTI 21-julio-2016)	48,85USD
Riesgo país (21-Junio-2016)	913,00 USD

Fuente: BCE  
Elaborado por: La autora

A través de los indicadores económicos se conoce que la economía nacional está fuertemente afectado por la deuda pública, el bajo precio de petróleo, el riesgo país que es sumamente alta, razón por la cual el país se encuentra en una crisis, sin embargo la implantación del proyecto es una alternativa de solución para mejorar la situación económica y financiera del país a través de pago de impuestos, y la dinamización de la economía con actividad productiva.

### Social

El Ecuador registra una tasa de desempleo nacional de 7,35%, dato obtenido del Banco Central al 2016, sin embargo la propuesta de implementar este proyecto es generar más fuentes

de empleo, buscando la participación de personas en la comercialización de prendas de vestir e incentivar a la población consumista a que conserven la tradición de utilizar la propia vestimenta del sector.

### **Tecnológico**

El proceso de desarrollo tecnológico, ayuda a las microempresas a emprender con eficiencia y eficacia en los procesos de producción, con los que se beneficiará este proyecto en diseñar catalogo y confeccionar modelos de acuerdo a la moda, desde punto de vista tecnológico una buena estrategia de publicidad es las redes sociales, para buscar clientes nuevos de otros sectores como turistas extranjeros.

### **Ambiental**

La ley ambiental obliga a que toda actividad económica tenga un plan de reciclaje para los desechos inorgánicos de la actividad operacional, por ello se establecerá responsabilidades en el cuidado del medio ambiente a través de capacitaciones al personal involucrado del proyecto, Además las fundas para empacar las prendas de vestir serán de papel celofán, de esta manera ayudaría a reducir la contaminación ambiental.

### **Cultural**

Ecuador presenta una gran riqueza cultural con la generación de diferentes pueblos y nacionalidades que tiene sus propias vestimenta por ende la elaboración y comercialización de prendas de vestir es una oportunidad para este proyecto, sin embargo la gente está dejando de usar a cambio de otra vestimenta, por ello desde la administración del actual presidente hace que valoren la tradición propia incentivando y subsidiando con los uniformes al sector indígena desde las escuelas y colegios en utilizar la vestimenta como traje formal elegante .

## **1.7. Análisis de entorno sectorial**

### **Clientes**

Satisfacer las necesidades ofreciendo la venta directa a través de catálogo, con diferentes modelos y diseños a la moda para las mujeres indígenas del cantón Cotacachi, que posee una tradición propia.

### **Proveedores**

Para la ejecución del proyecto se va comprar la materia prima como telas, encajes y otros implementos son productos de importación que tiene un arancel de 14 a 15 % en el año 2016, sin embargo las fajas, cintas, y alpargates son productos nacionales elaborados por los artesanos diferentes catones del Imbabura.

### **Comercialización**

La distribución de las prendas de vestir, serán a través de intermediarios que ofrecerán la venta directa con la ayuda del catálogo por ello se establecerá una segmentación por comunidades, una buena estrategia en este proyecto ha sido establecer un plan de actividades para el personal de ventas y premiar a los mejores vendedores, en base a un porcentaje de ventas que supere mensualmente.

## **1.8. Análisis de micro entorno**

### **Información, histórica, geográfica y uso de las vestimentas.**

La información geográfica y cultural ha beneficiado a la implementación de este proyecto para determinar un análisis en la cual, ha permitido conocer la oportunidad de crear una microempresa.

## **Estructura organizacional**

Para la microempresa se diseñó una estructura en base a las necesidades del proyecto de la siguiente manera, además se estableció un orgánico funcional para cada personal. Existirán cuatro áreas, como de Gerencia, Contabilidad, Producción y Comercialización, todos encaminados en solo objetivo.

## **Diseño de catálogos**

Se realizará un folleto, que contenga varios modelos en diferentes colores, muestras de materiales con sus respectivo característica explicativas para cada prenda, los conjuntos estarán conformados de once piezas, sin embargo será opcional elegir las prendas al gusto de los clientes, para lograr una venta exitosa se debe apoyar realizando varios pedidos de los clientes y la entrega se procederá como máximo de una semana desde el día que hace el pedido.

## **Comisiones**

Para las ventas por catálogo, se establecerá una comisión del 5% por cada unidad de conjunto vendida, sin embargo se aplicará un incremento en % al personal de ventas, cada mes cuando cumpla con metas establecidas por la microempresa, de la siguiente manera:

Hasta 5 paradas de conjunto entero es de 5%

Superior al 5 hasta 10 será una comisión del 10%

Superior al 10 al 15 será una comisión de 15%

## **Administración de recursos tangibles.**

El mantenimiento y la seguridad de los materiales como de los equipos, serán controlados a través de una póliza de seguros.

## 1.9. Construcción de la matriz AOOR.

### *Cuadro 3*

#### *Matriz de relación AOOR*

<b>Aliados</b>	Población dispuesta a adquirir el producto debido a que no existe competencia. Costumbres y tradiciones que no se pueden cambiar. Facilidad de acceso para la compra de maquinarias y materia prima.
<b>Oponentes</b>	Problema de manejo de personal de ventas para catálogos Rapidez en cambio de moda en diseños o modelos que van parte de la vestimenta. Análisis de competencia frente a empresas del sector
<b>Oportunidad</b>	Emprendimiento para profesionales en la actividad comercial, para este proyecto Accesibilidad de créditos en las instituciones financieras. Auge de tradiciones y costumbres en la mujer indígena Fiestas o eventos tradicionales constantes.
<b>Riesgos</b>	La inflación Contracción de la demanda Incremento de número de competidores Las políticas del gobierno que pueden afectar la situación económica de la microempresa.

**Fuente:** Información secundaria

**Elaborado por:** La autora

## 1.10. Determinación de la oportunidad de la inversión

El cantón Cotacachi tiene una población con costumbres y tradiciones que no se pueden cambiar la cual permite tener un afluencia del mercado para la venta de vestimentas a las mujeres que aprecian el uso de trajes elegantes, las cuales estarían dispuesta a adquirir el producto debido a que no existe competencia, además existe la facilidad de comprar materia prima y materiales, lo cual permite emprender a los profesionales con seguridad en la actividad comercial con el compromiso de mejorar la economía y abrir más fuentes de empleo para el sector a través de este proyecto.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo de este proyecto se define algunos conceptos relacionados con la temática de este proyecto.

#### 2.1. Vestimenta Indígena

*Gráfico N° 2*

*Vestimenta Indígena*



Fuente: Fotos de confecciones Ñusta  
Elaborado por: La autora

##### 2.1.1. Definición

*Según (Lema, 2015) define que las mujeres indígenas Cotacacheñas al igual que otavaleñas lucen con mucho orgullo la vestimenta que en la mayoría son bordados y tejidos a mano por ellas mismas, con colores, cintas brillosas, y diseños naturales que simboliza el arte, pensamiento y trabajo de las indígenas. A través de ello exaltan la riqueza cultura que aún se conservan en nuestros pueblos. Pág.2*

Cotacachi es uno de los cantones que conserva la vestimenta como traje elegante formal o casual, desde nuestros aborígenes, ya que la mayor parte de mujeres tenemos la costumbre de usar a diario.

### 2.1.2. Trajes típicos de Mujer Indígena

(Lema, 2015) *Define como los atuendos que utilizan las mujeres indígenas son muy hermosos, llamativos que han hecho que sean muy conocidas por su belleza.* Pág. 3

#### Camisa de mujer Cotacacheña

##### Gráfico N° 3

##### Camisa de mujer



Fuente: Fotos de confecciones Ñusta  
Elaborado por: La autora

*Define (Lema, 2015). Que las camisas bordadas fueron introducidas en los años 50 como influencia española sin embargo la hemos tomado como parte de nuestra identidad. Es una prenda de color blanco que llega hasta los tobillos cuyo pecho y mangas son bordadas con hilos de multicolores que representan las flores y plantas de nuestra madre naturaleza.* Pág. 3

La blusa de moda actual tiene algunos cambios, como el entallado que dan en la confección para que se pueda exhibir la belleza de la mujer indígena, sin embargo a través de



la blusa se puede representar la gran variedad belleza cultural a través de diferentes diseños o colores que simboliza un mundo de conocimientos ancestrales.

## **Anaco Negro**

### ***Gráfico N° 4***

#### ***Anaco negro***



Fuente: Fotos de confecciones Cecilia  
Elaborado por: La autora

(Lema, 2015), *manifiesta al anaco como una pieza rectangular que va sobre la manta blanca con bordados de colores como:*

*Arbol: Representa el árbol sagrado y mitológico del lechero en donde se realizan cultos a los dioses.*

*Kinku: simboliza el mar. Pág. 4*

*Rayas: representa camino o la tierra de nuestra madre naturaleza. (Lema, 2015)*

En la actualidad para realizar anaco se utiliza la tela paño o casimir española se da bordados al filo con los diseños que mencionó anteriormente, además estos labores ya son reemplazados en las maquinas industriales.

## Anaco Blanco

*(Lema, 2015). Manifestó que antes que el inka llegará, las mujeres utilizaban una manta de algodón grande que daba dos vueltas al cuerpo prendido con unos prendedores de plata o cobre llamados “tupu”. Después que el inka llegó trae unas mantas rectangulares de algodón en cuyos bordes de colores que envuelve alrededor de la cintura el cual refleje el aspecto sagrado de la mujer. Pág. 4*

Es una tela de paño en color blanco que utiliza siempre debajo del anaco negro que envuelve en la cintura hasta los tubillos, forma un “pinkachu” o llamada pinza de un lado para el otro.

## Fachalina de las mujeres Cotacacheñas

### Gráfico N° 5

#### Fachalina



Fuente: Fotos de confecciones Ñusta  
Elaborado por: La autora

*(Lema, 2015). Menciona que la Fachalina es de dos varas de largo, que va sobre la camisa sostenida en la parte superior mediante un nudo o con prendedores de cobre o plata. Sujetado al pecho, demuestra elegancia. Sujetado al hombro, es para realizar las tareas del hogar con facilidad y comodidad. Pág.6*

Es una tela especial en forma rectangular que sirve para poner por encima de la blusa en forma de cruzado.

## Rebozo

*(Lema, 2015) . Define que es una manta que puede ser de cualquier color lo utilizan para cargar en su espalda a las wawas, las compras del mercado y otros. Sirve para proteger del frío o también como símbolo de elegancia por lo general utilizan las mujeres casadas. Pág. 6*

### Gráfico N° 6

#### Rebozo rosado



Fuente: Fotos de Catálogo Ñwsta  
Elaborado por: La autora

## Mama chumbi

*(Lema, 2015). Manifiesta que la faja grande, es elaborada con el alma de cabuya y lana roja que simboliza la fuerza, tiene 12cm de ancho y 1,50mtrs de largo, además permite que las mujeres tengan fuerza, se lo coloca en la parte céntrica de la mujer. Pág.7*

Es una faja ancha de color rojo tejido en telares manuales por las personas indígenas.

## Chumbi

### Gráfico N° 7

#### Chumbi de colores



Fuente: Fotos de confecciones Ñusta  
Elaborado por: La autora

*(Lema, 2015). Menciona que posee las siguientes medidas, su ancho es de 5cm por 3mtrs de largo, tiene hermosas figuras de uno o varios colores se los fabrica en los telares horizontales que da seis o siete vueltas sobre el mama chumbi dando una forma femenina al cuerpo. Pág.8*

Es una faja de colores con diferentes modelos y diseños que representan un camino a seguir con fuerza a pesar de las dificultades.

### **Cinta de cabello**

#### **Gráfico N° 8**

#### **Cinta de cabello**



Fuente: Fotos de catálogo Ñusta  
Elaborado por: La autora

*(Lema, 2015) Define a cinta de cabello como una fajilla que sirve para agarrar el cabello de las mujeres, antiguamente solo utilizaban las mujeres de alta posición económica pero en la actualidad utilizan las mujeres de toda posición social. Pág. 8*

Es tejida en lana de colores en la cual representa el equilibrio y el poder, además recoge con presión todo el cabello en general envolviendo la cinta hasta la mitad de cabello.

## Manillas de coral rojo

### Gráfico N° 9

#### Manillas de coral rojo



Fuente: Fotos de confecciones Cecilia  
Elaborado por: La autora

(Lema, 2015). Menciona que por lo general son mullos de color rojo o corales finos que se los ponen en las muñecas, permite que las mujeres tengan fuerzas en sus manos para poder trabajar en la tierra. Pág. 8

Las manillas además representan la sangre de los inkas que lucharon en la batalla contra los españoles por proteger las riquezas de la madre tierra.

## Gualca o collar de color oro

### Gráfico N° 10

#### Collar de cristal



Fuente: Fotos de Catálogo Ñwsta  
Elaborado por: La autora

(Lema, 2015). *Define que son mullos dorados que se coloca alrededor del cuello en numerosas sartas adornadas con corales o mullos finos, demuestran el maíz y la riqueza de nuestra tierra.* Pág. 9

La moda hace que se varíen los modelos de mullos en la actualidad, sin embargo el color siempre será dorado con algunas sartas para lucir la belleza de la mujer.

## **Alpargate**

### **Gráfico N° 11**

#### **Alpargatas**



Fuente: Fotos de confecciones Ñusta  
Elaborado por: La autora

(Lema, 2015). *Mencionó que son elaboradas a base de hilo y cabuya, las mujeres siempre utilizan los colores oscuros como el negro o azul marín, ayuda a proteger los pies.* Pág. 9

En la actualidad son zapatillas hechos a mano con material de goma en la plantilla y forrado el cepillado de tela con talonera tejido en hilo de color blanco.

## **2.2. Microempresa**

### **2.2.1. Definición**

(ZAPATA, 2012) Menciona que “*Es la organización de un negocio destinada a ofrecer bienes y servicios de buena calidad y a precios razonables a los consumidores*”. Pág.

Según los datos estadísticos del INEN sobre las microempresas en el Ecuador, existe el 89,6% contempladas como microempresas en la gran mayoría, el 8,2% pequeñas, el 1,7% medianas y el 0,5% empresas grandes, de acuerdo al sector económico el sector más predominante son comercio con el 39% seguido de servicios con 34,4%.

### **2.2.2. Importancia de la microempresa**

Según (MONTEROS) *“La importancia del sector micro empresarial del país, lo constituye su contribución al desarrollo como medio para adelantar procesos eficientes de distribución del ingreso y generación de empleo. Pág. 46*

Las microempresas son las mayores generadoras de empleo, pese a dificultades para formalizarse ya que, dinamizan la economía del sector, busca satisfacer las necesidades de la sociedad, creando productos o servicios que este demandando por la población, ya que de esta manera fomenta al desarrollo económico del país.

### **2.2.3. Características de la microempresa**

(CANTOS, 2006). Menciona que las *“Actividades registradas en una Organización gremial micro empresarial”*

*Podemos citar las siguientes características:*

*Actividades de producción, comercio o servicios, en los subsectores de alimentos, confecciones, textil, gráfico, madera, entre otras, requiere mayor asistencia administrativa, ya que se presentan un mayor número de dificultades al momento de administrar el negocio. Además se encuentra constituida por la aportación de capital de un solo socio, que viene a ser el propietario. Sin embargo son unidades productivas que operan bajo riesgos propios en el mercado, desarrolla sus actividades sobre la base de tecnologías muy simples, con bajos niveles de inversión y con componentes de mano de obra de un grupo pequeño de personas. Pág. 145*

Se dedican a diferentes actividades de bienes y servicios, posee estructuras administrativas de acuerdo a su tamaño, se constituye por la aportación de un solo socio y cuenta con un número mínimo de trabajadores.

## **2.3. Personas naturales**

### **2.3.1. Definición**

*Según el Servicio de Rentas Internas en su página web (www.sri.gob.ec, 2016) , menciona que “Son todas aquellas personas, nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas lícitas y no deben tener ingresos mayores a USD 60.000 en el año, o si encuentra bajo relación de dependencia los ingresos por este concepto no supere la fracción básica del impuesto a la Renta gravada con tarifa cero por ciento para cada año, para el año 2016 equivale a 11.170 USD”*

Todas las personas naturales que realizan alguna actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC e emitir comprobantes de venta autorizadas por el SRI de todas las transacciones y presentar declaraciones de acuerdo a tamaño de la actividad económica que se dedique.

### **2.3.2. Clasificación de las personas naturales**

*Según el Servicio de Rentas Internas en su página web (www.sri.gob.ec, 2016) , menciona que:*

*Obligadas llevar contabilidad*

*Se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones: que operen con un capital propio que al inicio de sus actividades económicas o al 1o. de enero de cada ejercicio impositivo hayan superado 9 fracciones básicas desgravadas del impuesto a la renta o cuyos*



*ingresos brutos anuales de esas actividades, del ejercicio fiscal inmediato anterior, hayan sido superiores a 15 fracciones básicas desgravadas o cuyos costos y gastos anuales, imputables a la actividad empresarial, del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a 12 fracciones básicas desgravadas.*

*No obligadas a llevar contabilidad*

*Las personas que no cumplan con lo anterior como profesionales, comisionistas, artesanos, y demás trabajadores autónomos (sin título profesional y no empresarios), no están obligadas a llevar contabilidad, sin embargo deberán llevar un registro de sus ingresos y egresos.*

## **2.4. Comercialización**

### **2.4.1. Definición**

*(Finanzas, 2006). Define que es un proceso a través del cual los productos pasan desde los puntos de producción a los de venta. Normalmente se componen de varias fases intermedias como la de compraventa por parte de los mayoristas y minoristas, promoción del producto, estudios de mercado, distribución, etc. Pág. 23*

### **2.4.2. Importancia de la comercialización**

*(Red de negocios). Definen que es la función de marketing, se refiere al conjunto de actividades y esfuerzos sistemáticos que desarrolla una empresa para conocer el mercado.*

Todas las empresas tienen un factor muy importante con la cual se da a conocer los productos en la mente de los consumidores, es a través de la comercialización, para lograr con el cumplimiento de los objetivos de las empresas.

### 2.4.3. Elementos la comercialización

#### **Producto**

(FERNANADEZ, 2007). Expresa: *“Es el conjunto de atributos tangibles o intangibles que satisfacen una necesidad determinada”*. Pág. 10

Son bienes o servicios determinados como un componente en la actividad comercial, que se utiliza para la ejecución de cualquier actividad.

#### **Precio**

(LECOVICH, 2006). Menciona que el *“Valor expresado en términos monetarios de un bien o servicio, en algunos casos el precio lo determina un organismo gubernamental, en otros casos el mismo es fijado por el mercado como producto del libre juego de la oferta y la demanda, en otros casos si bien es fijado por el mercado, la competencia monopólica permite cierto grado de variación*. Pág. 96

Es dar un valor, a un producto o servicio de acuerdo, a la situación del mercado en función de la oferta y la demanda. Además es considerado como el punto que iguala el valor monetario de un producto o servicio para el comprador.

#### **Promoción**

(MONTAÑO, 2005). Expresa. *“Son incentivos a corto plazo que fomenta la compra o venta de un producto o servicio”*. Pág. 363.

Es una forma de reforzar la venta, exhibiendo los productos estrellas, a su vez coordinando con las actividades como entrega de afiches, colocación de gigantografías, muestras, premios, y otras maneras de incentivar a la gente a que se anime a comprar.

## **Distribución o plaza**

(KLOTTER, 2008) . Define que *“Es un conjunto de organizaciones independientes que participan en el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor o de un usuario industrial. Pág. 35*

Es una estrategia intensiva que ayuda a los productos o servicios que este en todos los puntos de venta.

### **2.5. Catálogo**

(Ongallo, 2012) *Es un folleto para una publicación impresa a todo color, de un número determinado de páginas, con las fotografías y especificaciones técnicas de los productos que están a la venta. Pág. 15*

Es un folleto que contiene imágenes, precios, colores con diferentes combinaciones; la publicidad de los productos o servicios que las empresas que se pueden brindar, para satisfacer a los clientes ofertando variedad de modelos, diseños y precios que ellos puedan elegir de acuerdo a sus gustos y preferencias .

#### **2.5.1. Venta por catálogo**

*(Ongallo, 2012) Es una venta directa, utiliza una herramienta para distribuir a través los productos a través de catálogos, tiene diferentes formas y diseño, pero la mayoría cumplen con unos estándares que se repiten. Aplican en función de varios factores: Público al que se dirige, imagen de marca, coste del papel, manejabilidad del mismo.*

*Es una técnica de ventas ayudará a la microempresa a dinamizar la rotación de inventarios, además contiene la información e imágenes para convencer a los clientes. Sin embargo se puede*

*hacer pedidos de acuerdo al gusto de los clientes, a su vez ayuda se capta el mercado de los clientes potenciales. Pág. 67*

## **2.6. Mercado**

### **2.6.1. Definición**

*(LECOVICH, 2006) “El sistema de producción capitalista moderno con alto grado de división del trabajo necesita de un conjunto donde se compren y vendan los bienes producidos. Un mercado es una institución social en la que los bienes y servicios, así como los factores productivos, se intercambian libremente”. Pág. 73).*

## **2.7. Demanda**

### **2.7.1. Definición**

*(NUÑEZ Z., 2007) “Manifiesta “La demanda es la cantidad de productos o servicios que se requiere o solicita en el mercado con el fin de satisfacer una necesidad específica a un precio determinado”. Pág. 68*

## **2.8. Oferta**

### **2.8.1. Definición**

*(BACA URBINA, 2006) “Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de ofertantes está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado” (Pag.48)*

Integra al conjunto oferentes que están dispuestas ofrecer bienes o servicios a un cierto precio dentro del mercado de comercialización.

## **2.9. Administración**

### **2.9.1 Definición**

(TERRY, 2012) Define que *“La administración es un proceso muy particular consistente en las actividades de planeación, organización, ejecución y control, desempeñadas para determinar y alcanzar los objetivos señalados con el uso de seres humanos y otros recursos”*. Pág. 22

Es coordinar las actividades de acuerdo a su perfil o cargo, por cada área de trabajo en función de objetivos trazados, además organizar cada actividad, con su determinado tiempo, para el logro de las metas.

### **2.9.2. Estructura Administrativa**

*(Hernández & Pulino , 2011). Manifiestan que la representación gráfica de la estructura organizacional de una empresa para describir funciones y jerarquías. Las técnicas y las formas de estructuración organizacional se describen con mayor profundidad en la unidad dedicada a la organización como elemento de procedimiento administrativo. Pág. 154*

Toda entidad está conformada por la misión, visión, valores, principios, políticas o se rigen bajo una política o reglamentos desde los entes reguladores y el orden jerárquico por departamentos o áreas, las cuales deben manejar las diferentes actividades.

## **2.10. Contabilidad**

### **2.10.1 Definición**

*(BRAVO) . Define que “Es la ciencia, el arte y la técnica que permite el registro, clasificación, análisis e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de*

*conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o período contable". Pág. 1*

La contabilidad es una norma obligatoria que sustenta los principios y procedimientos generalmente aceptados, destinados a cumplir con los objetivos de: análisis, registro y control de las transacciones en operaciones realizadas por una empresa o institución en funcionamiento.

### **2.10.2. Importancia de la contabilidad**

*(BRAVO). Menciona que la contabilidad, sin duda es la mejor herramienta dentro del mundo de las empresas, ya que permite administrar correctamente las cuentas generadas en una entidad, para luego generar una información rápida, eficiente con las cuales se pueden tomar decisiones acertadas en favor de los negocios, de esta manera poder corregir los errores o fraudes existentes. A demás permite informarnos sobre la el rendimiento de la empresa sea del pasado, presente o futuro. Pág. 3*

### **2.10.3. Proceso contable**

*Según él (ZAPATA, 2012). Manifiesta los siguientes:*

#### *1.- Reconocimiento de la operación*

*Documento Fuente: Prueba evidencia con soportes, requiere análisis, se archiva cronológicamente.*

#### *2.- Jornalización*

*Libro diario: Registro inicial, requiere criterio y orden, se presenta como asiento.*

#### *3.- Mayorización*

*Libro mayor: Clasifica valores y obtiene saldos de cuentas, requiere criterio y orden, brinda idea del estado de cada cuenta.*

#### 4.- Comprobación

*Ajustes: Actualiza y depura saldos, permite presentar saldos razonables.*

*Balance: Resumen significativo, valida el cumplimiento de normas y concepto de general aceptación.*

#### 5.- Estructuración de Informes

*Estados financieros contables: Financieros y económicos. Pág. 35.*

## 2.11. Costos

### 2.11.1. Definición

(SARMIENTO, 2010), Dice: “*Es una inversión, que se hace directamente en el departamento de producción, en consecuencia es un valor recuperable*”. pág. 11

Es el manejo de los costos que se generan dentro de un área de producción de bien o servicio para ser tomados en cuentas en los estados financieros presupuestados o de resultados, de igual manera este costo es conocido como un valor que se da al proceso productivo.

### 2.11.2. Clasificación de Costos

#### Costos Fijos

(Francisco & Calleja Bernal, 2013) *Los costos fijos son costos constantes en total dentro de los límites relevantes, según varía la base del costo.* Pág. 262

Son aquellos que no varían, se mantienen constantes sea cual fuere el rendimiento de la empresa. Además es una variable muy importante para establecer el precio de venta en las empresas.

### **Costos Variables.**

(Francisco & Calleja Bernal, 2013) , *son aquellos que cambian en total en proporción directa a las modificaciones en base de costos.* Pág. 261

## **2.12. Producción**

### **2.12.1. Definición**

(POLIMENI, 2007), Indica: manifiesta: *“Actividad aplicada a la creación de bienes y a la prestación de servicios para ser ofrecidos a los consumidores a fin de satisfacer sus necesidades”.* pág. 63)

Se puede concluir que Producción es una actividad que se realiza para la creación de bienes y servicios mediante la utilización de recursos materiales, humanos y tecnológicos para satisfacer las necesidades humanas de una población en general.

### **2.12.2. Elementos de costos de producción**

Los elementos del costo son las partes con las que se elabora un producto o servicio, éstos son:

#### **➤ Materia Prima**

(SARMIENTO, 2010) *“Es considerada como elemento básico del costo; es decir el incorporado en el producto, siendo este en muchos casos el más importante para la transformación en el*



*artículo terminado. Su principal característica es la de fácil identificación en: cantidad, peso, volumen y por ende su valoración”. pág. 11*

Se denomina como aquellos elementos físicos que es imprescindible que se utilice durante el proceso de elaboración de un producto, de sus accesorios y de su envase. Esto con la condición de que el consumo del insumo debe guardar relación proporcional con la cantidad de unidades.

### **Mano de Obra**

*(SARMIENTO, 2010), Menciona: “Es la fuerza de trabajo humano incorporado en el producto, es decir el que elaboran los trabajadores en el proceso de producción; sea su trabajo manual o tecnificado en las maquinas que están transformando en productos terminados, además el valor por pago de salarios se puede fácilmente determinar en dicho producto”. pág. 13)*

En definitiva la mano de obra es el trabajo realizado por los operarios que contribuyen al proceso productivo o del talento humano.

### **Costos Indirectos de fabricación**

*(SARMIENTO, 2010), Menciona: “Es considerado a todos los costos y gastos necesarios, que intervienen en la producción, pero que no fueron clasificados en los elementos anteriores, es decir que no son ni materia prima directa ni mano de obra directa”. pág. 14*

Se puede definir al conjunto de los gastos de producción o fabricación que intervienen en la transformación de los productos, y que no se identifican o cuantifican plenamente con la elaboración de productos, procesos productivos o centro de costo determinados.

## 2.13. Plan de Cuentas

### 2.13.1. Definición

*(ZAPATA, 2012) Es un instrumento de consulta que permite presentar a la gerencia estados financieros y estadísticos de importancia trascendente para la toma de decisiones, y posibilitar un adecuado control. Se diseña y elabora atendiendo los conceptos de contabilidad generalmente aceptada y las normas de contabilidad y de información., Pág. 26*

El plan de cuentas identifica el tipo de cuenta para la elaboración de los balances y se clasifica en: Activo, Pasivo, Patrimonio, Ingresos y gastos. Por ende se trata de un orden sistemático de todas las cuentas que conforman parte de un sistema contable.

### 2.13.2. Elementos que conforman plan de cuentas son:

#### **Activo:**

*(GODOY) (Navas & Jiménez García, 2011) “Representa un recurso controlado económicamente por la entidad como resultado de sucesos pasados, del cual se espera la obtención de futuros rendimientos. Por tanto su reconocimiento en los estados financieros solo dispone, cuándo del mismo se desprende la probabilidad de obtener rendimientos futuros y además posee un valor que puede medirse razonablemente”. Pág. 38*

Los activos se definen como los bienes, derechos y otros recursos controlados económicamente por la empresa, resultantes de sucesos pasados, de los que se espera que la empresa obtenga beneficios o rendimientos económicos en el futuro.

#### **Pasivo**

*(ARQUERO, 2015). “Menciona que los pasivos deben registrarse en el balance cuando, para liquidar la obligación a su vencimiento, sea probable la entrega de activos y siempre que se*

*puedan valorar con fiabilidad. Entre los pasivos, puede distinguirse entre acreedores y provisiones". Pág. 27*

## **Patrimonio**

*(ARQUERO, 2015). Menciona que el patrimonio neto se representa el valor contable del patrimonio empresarial. Se calcula como la diferencia entre el valor del activo y del pasivo. Esta diferencia se explica por las aportaciones efectuadas por los propietarios, los beneficios obtenidos. Pág. 29*

En los negocios el patrimonio es considerado como las inversiones realizadas por los propietarios de la empresa más los incrementos de dicha inversión, ganadas mediante las operaciones rentables y conservadas para el uso en las operaciones de la empresa.

Es el capital que posee la empresa para su funcionamiento tanto en la ejecución de la actividad productiva, esto también para recaudar sus obligaciones pendientes. Como su fórmula se menciona:  $\text{Patrimonio} = \text{activo} - \text{Pasivo}$ .

## **Ingresos**

*(Yanez, 2015) Los ingresos de actividades ordinarias surgen en el curso de las actividades ordinarias de la entidad, y corresponden a una variada gama de denominaciones, tales como ventas, honorarios, intereses, dividendos, alquileres y regalías. Los ingresos se registran en el periodo en el cual se devengan. Pág. 112*

Es todo aquel dinero económico que ingresa a la entidad por sus actividades realizadas, esto ayudan a la mantención de la microempresa para que su proceso siga en mejora continua. También se puede definir dinero económico generado por la actividad ejecutada.

## Costos y Gastos

*(Yanez, 2015) Los gastos deben ser reconocidos de acuerdo a la base de acumulación o devengo. Pág. 113*

Son todos los deducibles que la empresa posee de sus obligaciones pendientes y que recauda por la utilización de algunos bienes materiales o inmateriales, estos también financian a los pagos de las nóminas de los empleados y como también de los trabajadores.

### 2.14. Indicadores Financieros

#### 2.14.1. Tasa Interna de Retorno (TIR)

*(Córdoba, 2010) “Refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará a periodo durante toda su vida útil. Pág. 262*

La Tasa Interna De Retorno que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el Valor Actual Neto (VAN) es igual a cero.

**Su fórmula es:**

$$TIR = \frac{-I + \sum_{i=1}^n F_i}{\sum_{i=1}^n n * F_i}$$

#### Clases de TIR

**ECONÓMICA.-** Cuando la inversión tiene solo aporte propio.

**FINANCIERA.-** Cuando la inversión es con financiamiento.

### 2.14.2. Valor Actual Neto (VAN)

*(Jacome, 2005) Define, “Es un criterio decisorio aceptable para determinar la factibilidad económica de un proyecto de inversión. pág. 263*

Representa la rentabilidad en términos del dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma.

Su fórmula es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} - I = 0$$

#### Clases de VAN

**VAN positivo**, significa que existe rentabilidad

**VAN negativo**, inversión no es rentable o no atractiva.

### 2.14.3. Relación Costo Beneficio (C/B)

*(Varela, 2010) “Este parámetro sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos, para lo cual sirve de insumos los ingresos y egresos proyectados en los flujos de caja”. Pág. 270*

Esta herramienta permite relacionar los ingresos y los gastos que tendrá el proyecto pero en forma actualizada, a precios del período en que se realizan los estudios del proyecto.

### 2.14.4. Punto de Equilibrio (PE)

*(Varela, 2010) “Es una de aquellas herramientas que las personas se acostumbran a usar, tanto por su tradicional facilidad de cálculo como por la supuesta facilidad de interpretación de su*

*resultado numérico, sin tener presentes y claros los supuestos básicos y limitaciones de la técnica. pág. 272*

El punto de equilibrio es básico para el desempeño de cualquier empresa, porque este permite establecer una situación financiera en la cual una organización cubre todos sus gastos y no genera rentabilidad.

#### **2.14.5 Flujo de caja**

*(JÁCOME, 2005) “Representa el comportamiento del efectivo en la fase operativa prevista para el proyecto, tomar muy en cuenta que son datos basados en pronósticos o aproximaciones que en ningún momento constituyen certezas o afirmaciones seguras de los posibles ingresos y egresos de dinero”. Pág. 74*

Este concepto permite identificar el uso de los fondos de una empresa en el normal funcionamiento operativo de la misma.

### **2.15. Rentabilidad**

#### **2.15.1. Definición**

*(Cordoba Padilla, 2011) La rentabilidad también se la conoce como la relación entre los ingresos y los costos, generado por el uso de los activos de la empresa tanto circulantes como fijos en las actividades productivas. Pág. 210*

## 2.16. Financiamiento

### 2.16.1 Definición

(Cordoba Padilla, 2011) Define. *El financiamiento, es la decisión de financiar el proyecto significa de que fuentes se obtendrán los fondos para cubrir la inversión inicial y, eventualmente quien pagara costos y recibirá beneficios del proyecto.* Pág. 216

En las empresas necesitan financiamiento para llevar a cabo sus estrategias de operación, inversión, financiamiento de dichas estrategias para poder abrir más mercados, para aumentar la producción y beneficiarse con buena rentabilidad.

## 2.17. Obligaciones Tributaria

*(SRI, 2016). REGLAMENTO PARA LA APLICACIÓN DE LA LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO (Decreto No. 374)*

*LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO (Codificación No. 2004-026)*

*Impuesto de Valor Agregado IVA 12%*

*Se entiende también como transferencia a la venta de bienes muebles de naturaleza corporal, que hayan sido recibidos en consignación y el arrendamiento de éstos con opción de compraventa, incluido el arrendamiento mercantil, bajo todas sus modalidades; así como al uso o consumo personal de los bienes muebles.*

*Impuesto de Valor Agregado IVA 0%*

*Son los productos que se encuentran estado natural, es decir que no sufren ninguna transformación se comercializa en su estado natural u original.*

*Los porcentajes de retención*

*Cuando el sector público y los contribuyentes especiales adquieran bienes gravados con tarifa 14%, retendrán el 30% del valor IVA causado en la adquisición.*

*Para el caso de la prestación de servicios gravados con tarifa 12%, el porcentaje de retención será el 70% del valor del IVA causado en la prestación del servicio.*



## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. Introducción**

El estudio de mercado es una de las partes más importantes del proyecto para el desarrollo del mismo, las estimación son hechas a base de un análisis para tengan el éxito esperado y pueda lograr una buena penetración al mercado con respecto a volúmenes, precios, y aceptación de los potenciales clientes.






Con el estudio de mercado se identificó la posibilidad de un proyecto para la creación de una microempresa de ventas de ropa de mujer indígena por catálogo.

#### **3.2 Objetivos del Estudio del Mercado**

##### **3.2.1. Objetivo General**

Identificar y cuantificar la demanda potencial a satisfacerse.

##### **3.2.2. Objetivos Específicos**

-  Establecer la demanda potencial para vestimenta indígena.
-  Determinar la oferta existente de la ropa de mujer indígena cotacacheña.
-  Estimar el precio que debe tener los productos que va ofertar el proyecto.
-  Analizar la posibilidad de implementar puntos de venta y canales de distribución.
-  Analizar estrategias de comercialización para las ventas por catálogos.

### 3.2.3. Matriz de Diagnóstico del Estudio del Mercado

#### Cuadro 4

#### Matriz de estudio de mercado

Objetivos	Variables	Indicadores	Fuente	Técnica	Fuente de información
<b>Determinar la oferta existente de ropa de mujer indígena cotacacheña.</b>	Oferta	Tipo de producto y mercado Tiempo de la actividad Volumen de ventas La Rentabilidad	Primaria	Observación Directa Encuesta Entrevista	Pobladores del catón Cotacachi
<b>Establecer la demanda potencial para vestimenta indígena.</b>	Demanda	Cantidad de compra Lugar de compra Diseño Variedad Calidad	Primaria	Encuesta	Pobladores del catón Cotacachi
<b>Estimar el precio que debe tener los productos que va ofertar el proyecto.</b>	Precios	Precio de compra Precio de venta Establecimiento de precio venta al público.	Primaria y secundaria	Encuesta Entrevistas	Pobladores del catón Cotacachi
<b>Analizar la posibilidad de implementar puntos de venta y canales de distribución.</b>	Característica y estrategias	Comisión 25% Actualización de modelos trimestralmente.	Primaria	Encuesta	Pobladores del catón Cotacachi
<b>Analizar estrategias de comercialización para las ventas por catálogos.</b>	Canales de distribución	Segmento de mercado Distribución por catálogos Venta directa	Secundaria	Entrevista	Pobladores de cantón.

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: La autora

### 3.3. Descripción del Producto

#### 3.3.1. Características físicas del producto a ofertar

Las prendas de vestir serán elaboradas de la siguiente manera: Camisa en tela espejo con cintas y mullos de diferentes colores, anacos y Fachalina en color blanco y negro con material de tela paño o casimir, el rebozo de color rosado por lo general, además se complementará con los piezas que forma parte traje como: la hualca, mama chumbi, chumbi, cinta y alpargates es una vestimenta para uso formal o casual con diseño y modelos a la moda, que garantizará, comodidad, durabilidad y resistencia al clima.

Las camisas de acuerdo a la moda serán elaboradas por tallas, por ende se establecerá las siguientes tallas: S, M, L, XL, de acuerdo al gusto de los clientes y los demás piezas de la vestimenta serán con las mismas medidas adecuadas.

#### *Gráfico N° 12*

#### *Imágenes de catálogo*



Fuente: Fotos de confecciones Cecilia  
Elaborado por: La autora

### 3.4. Segmentación del Mercado

Se identificó a los posibles clientes de la población económicamente activa de las mujeres indígenas del cantón Cotacachi, la segmentación se hace en base a la preferencia de

los productos a ofertar, sea por unidad o por un conjunto completo de trajes elegantes. Como también conocer el precio que ellos están dispuesto a pagar. Además como referencia se tomó en cuenta, solo a las personas que si dependían o manejan los ingresos de sus hogares durante el proceso de recolección de información.

### **3.4.1 Características de oferta actual de productos similares**

#### **Producto**

Las mujeres usan como un traje formal o casual, la vestimenta conformada de camisa, anacos, Fachalina, alpargates, chumbi, manillas y gualca, por lo general la costumbre obliga a que compre este tipo de vestimenta, razón por la cual el proyecto pretende, exhibir a través de catálogo para dar la posibilidad de escoger modelos, diseños, colores, al gusto de ellos; la presentación de catálogo es un beneficio ya que pueden anticipar con pedido, además contendrá la información sobre características de cada una de las prendas.

#### **Precio**

El precio se basará de acuerdo a las prendas similares que oferta el mercado, para ello se establecerá en función del costo para cada prenda de vestir, para luego proyectar en base al porcentaje que se pagará a los vendedores por catálogo y el margen de utilidad deseada.

De acuerdo a la información obtenida, los precios en el mercado actual por cada prenda de vestir en son los siguientes:

**Cuadro 5*****Precio del Mercado***

<b>Detalle</b>	<b>Precio de mercado</b>
Camisa	85,00
Anacos: Blanco y negro	60,00
Fachalina	18,00
Rebozo	32,00
Manillas	82,00
Gualca	140,00
Mama chumbi	10,00
Chumbi	25,00
Cinta de cabello	10,00
Alpargates	6,00
Total para completa	468,00

Fuente: Comerciantes de Cotacachi  
Elaborado por: La Autora

**Plaza**

Se localizará en lugar adecuado que tenga acogida por los clientes, además exista la posibilidad de adquirir la materia prima para la operación, y se determinará en base a una matriz de factores.

**Promoción**

Se debe establecer promociones, ofertas, descuentos especiales de acuerdo al gusto de los clientes. Para lograr una buena acogida de los productos que se va a vender, además se obsequiará por la compra de dos paradas una cinta de cabello.

**3.5. Identificación de la población**

La población femeninas en Cantón Cotacachi es de 23.400 habitantes, esto solo de tres parroquias como: Cotacachi, Imantag y Quiroga, en donde existe la concentración de mujeres indígenas según los datos de la INEN al censo poblacional del 2010. Además se identificó a la población económicamente activa está un rango de edad de 18 a 48 años, aquella que consume

constantemente las prendas de vestir. A continuación se conoce que la tasa de crecimiento poblacional es de siguiente manera: Cotacachi con 1,33%; Imantag con 0,92% y Quiroga con 1,47%, suman un total anual de 3,72 % que representa el crecimiento para las tres parroquias anual según INEN y la tasa de mortalidad es de 5,04% anual por el Banco Central.

### ***Cuadro 6***

#### ***Población de tres parroquias del cantón Cotacachi***

<b>Cantón – Parroquia</b>	<b>Al año 2010</b>	
	Población	Tasa de crecimiento anual
<b>Cotacachi</b>	18.442	1,33
<b>Imantag</b>	2.317	0,92
<b>Quiroga</b>	2.481	1,47
<b>Total</b>	23.240	3,72

Fuente: INEN  
Elaborado por: La autora

### **3.5.1 Identificación de la etnia indígena en el cantón Cotacachi.**

La población femenina representa solo el 37,29% en etnia indígena según los datos de la Asamblea de Unidad cantonal de Cotacachi.

### ***Cuadro 7***

#### ***Porcentaje de Etnia***

<b>Etnia</b>	<b>Número</b>	<b>%</b>
Afro ecuatoriana	825	2.22
Indígena	13.879	37.29
Mestiza	21.857	58.73
Blanca	654	1.76

Fuente: Asamblea de Unidad cantonal  
Elaborado por: La autora

### 3.5.2. Determinación de la Muestra

Para los años 2011 al 2015 se realizó una proyección por cada año de acuerdo a la tasa de crecimiento por parroquias, y en base al 37,29% que identifica a la etnia indígena de la población económicamente activa, y la tasa de mortalidad poblacional de 5,04%, como resultado se obtiene un volumen de 8.907 habitantes como tamaño de la población.

#### Cuadro 8

##### Crecimiento poblacional

Año	Cantón – Parroquia		
	Cotacachi	Imantag	Quiroga
2010	18.442	2.317	2.481
2011	18.687	2.338	2.517
2012	18.936	2.360	2.554
2013	19.188	2.382	2.592
2014	19.443	2.403	2.630
2015	19.701	2.426	2.669
<b>Total población al 2015</b>			24.796

Fuente: INEN  
Elaborado por: La autora

#### Cuadro 9

##### Población actual al 2015

Año	POBLACIÓN PARROQUIA			- Total Anual	Población Indígena	Tasa de Mortalidad	Población Actual	Tasa de crecimiento para el etnia Indígena
	Cotacachi	Imantag	Quiroga					
	Tasa de Crecimiento Poblacional				37,29%	5,04%		
				3,72		-	0,04	
	1,33	0,92	1,47		1,39			
				24.795,81		-	337,49	1,32
2015	19.701	2.426	2.669		9.246,36		8.907	

Fuente: INEC, Censo 2010  
Elaborado por: La Autora

### Fórmula para el cálculo

$$n = \frac{N \sigma^2 Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

### Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

$\sigma$  = Desviación estándar de la población al cuadrado 0,25 suele utilizarse un valor constante de 0,5 de éxito o 0,5 de fracaso.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza con 3,8416 que corresponde a 1,96 al cuadrado.

e = Límite aceptable de error muestral consideró 0,0025 que corresponde el 0,05 al cuadrado.

$$n = \frac{8.907 * 0,5^2 * 1.96^2}{(8.907 - 1)0,05^2 + 0,5^2 * 1,96^2} = 368,3159 = 368 \text{ Encuestas.}$$

### 3.5.3. Diseño de Instrumento de Investigación

#### 1 Técnicas

#### Información Primaria

#### Cuestionario

Es un instrumento de investigación que utilizó para el desarrollo del estudio del mercado a través de varias preguntas cerradas para recolectar información primaria, que permita establecer las necesidades de las mujeres indígenas.



## **Entrevistas**

Durante el proceso del estudio del mercado se apoyó con la entrevista para recoger la información verbal a través de un dialogo a los expertos del tema, y a los posibles clientes, como también a los comerciantes para conocer la oferta existente, en la cual se determinó la información necesaria que utilizó en el desarrollo del proyecto.

## **Información Secundaria**

## **Investigación Documental**

Es una investigación que se realizó durante el proceso de recolección de información, que permitió obtener los datos reales numéricos y textuales en el desarrollo del estudio de mercado, ya que la información se obtuvo a través de los folletos, libros, internet, entre otros para sustentar la información a este proyecto.

### **3.5.4. Levantamiento de Investigación de Campo**

Es la representación de información obtenida en forma visual, en la cual interviene una descripción, relato o proceso de manera gráfica que puede o no interactuar con textos.

### **3.5.5. Instrumentos Utilizados**

- Cuestionarios
- Entrevista
- Observación directa
- Cámara fotográfica

### 3.6. Tabulación y Procesamiento de la Información

#### P1: ¿En qué etnia se identifica usted?

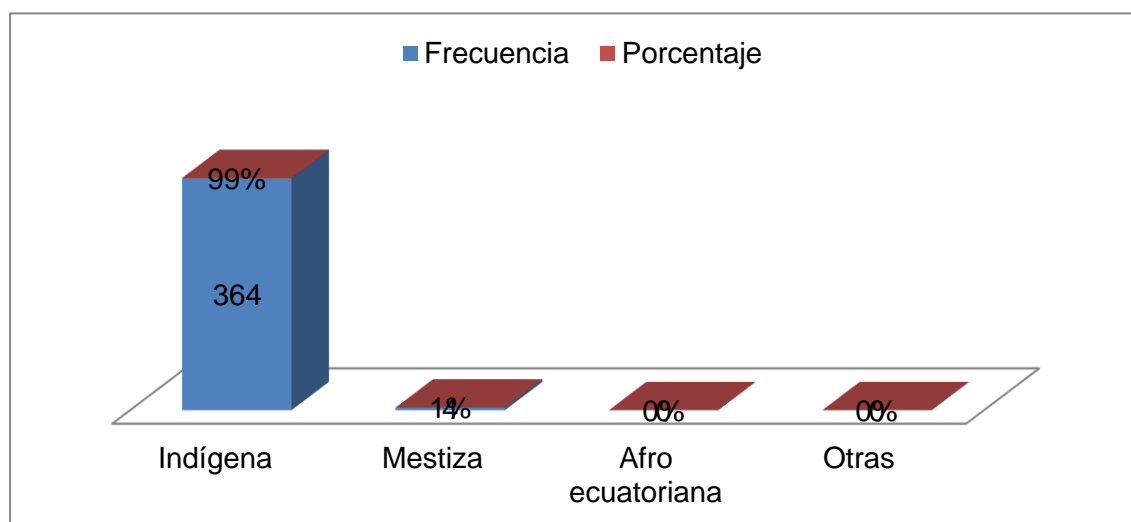
##### *Cuadro 10*

##### *Las diferentes etnias existentes*

Etnia	Frecuencia	Porcentaje
Indígena	364	99%
Mestiza	4	1%
Afro ecuatoriana	0	0%
Otras	0	0%
<b>Total</b>	<b>368</b>	<b>100%</b>

##### *Gráfico N° 13*

##### *Identificación de etnia*



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora

#### **Interpretación.-**

La mayoría de mujeres encuestadas manifestaron, que se identificaban con la etnia indígena, seguida con etnia mestiza, las cuales durante la encuesta estuvieron puesta como de costumbre sus trajes elegantes.

## 2.- ¿En qué ocasiones utilizan la vestimenta indígena?

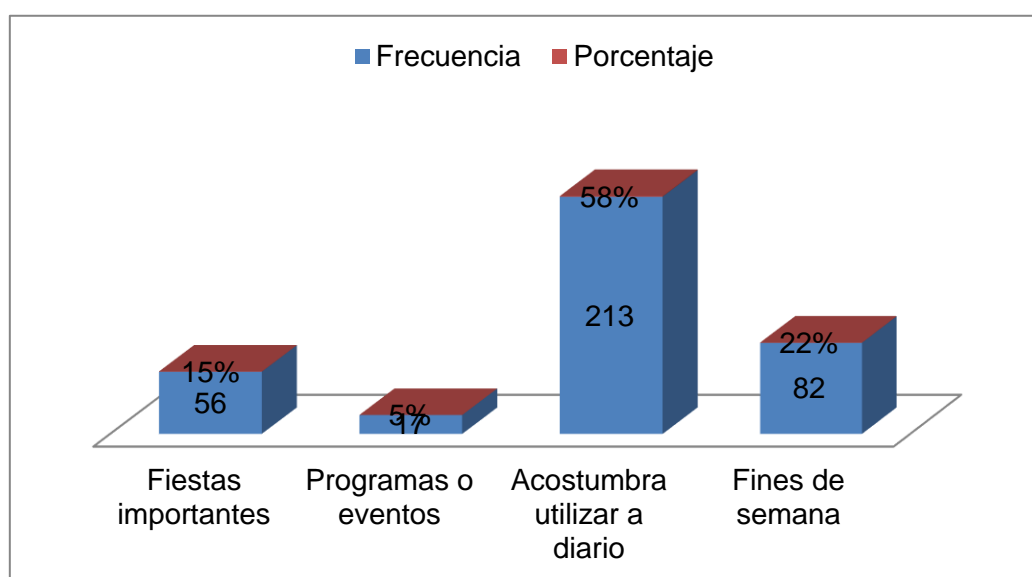
**Cuadro 11**

### *Utilización de vestimenta*

En qué ocasiones	Frecuencia	Porcentaje
Fiestas importantes	56	15%
Programas o eventos	17	5%
Acostumbra utilizar a diario	213	58%
Fines de semana	82	22%
Total	368	100%

**Gráfico N° 14**

### *En qué ocasiones utiliza la vestimenta*



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora

### **Interpretación.-**

Los encuestados manifestaron que acostumbran utilizar a diario por que son parte de la costumbre. Seguidamente mencionaron que prefieren para fines de semanas, a continuación destinan la vestimenta para las fiestas importantes y finalmente el consideran usar en programas o eventos formales.

### 3.- ¿En qué lugar adquiere la vestimenta indígena?

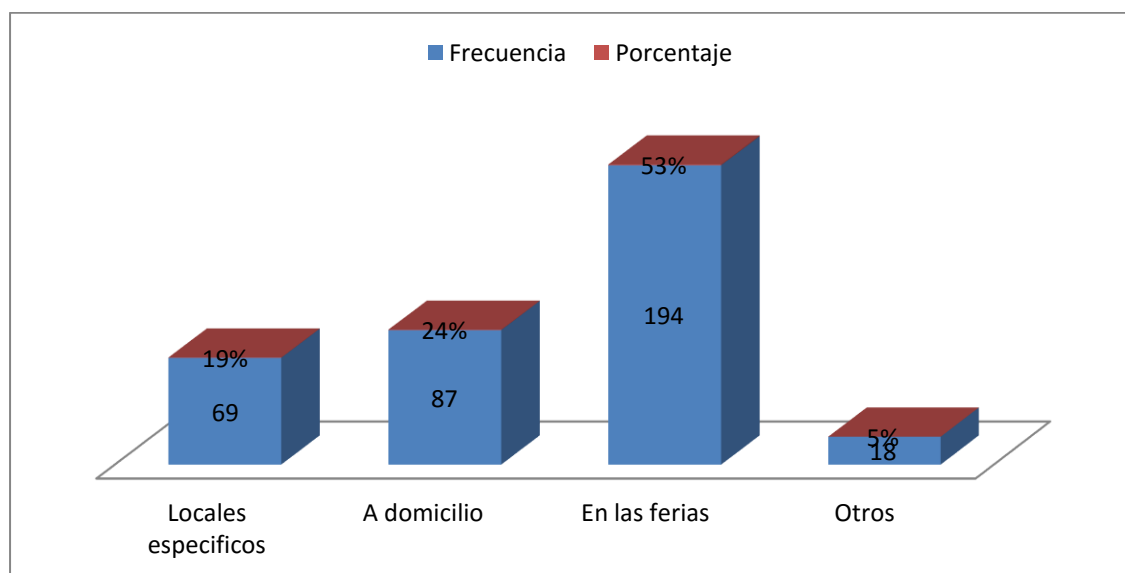
**Cuadro 12**

**Lugar que adquiere**

Lugares que adquiere	Frecuencia	Porcentaje
Locales específicos	69	19%
A domicilio	87	24%
En las ferias	194	53%
Otros	18	5%
<b>Total</b>	<b>368</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N° 15**

**Lugar de adquisición**



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora

### **Interpretación.-**

La mayoría de los encuestados mencionaron que las prendas de vestir adquieren en las ferias y directamente al productor, seguido a domicilio cuando existen visitas, a continuación se especificaron en los locales comerciales esto debido a su alto estatus económico, y finalmente en otros lugares no mencionados.

**4.- ¿Estaría usted, dispuesta a comprar la vestimenta por catálogo luego de la visita personal?**

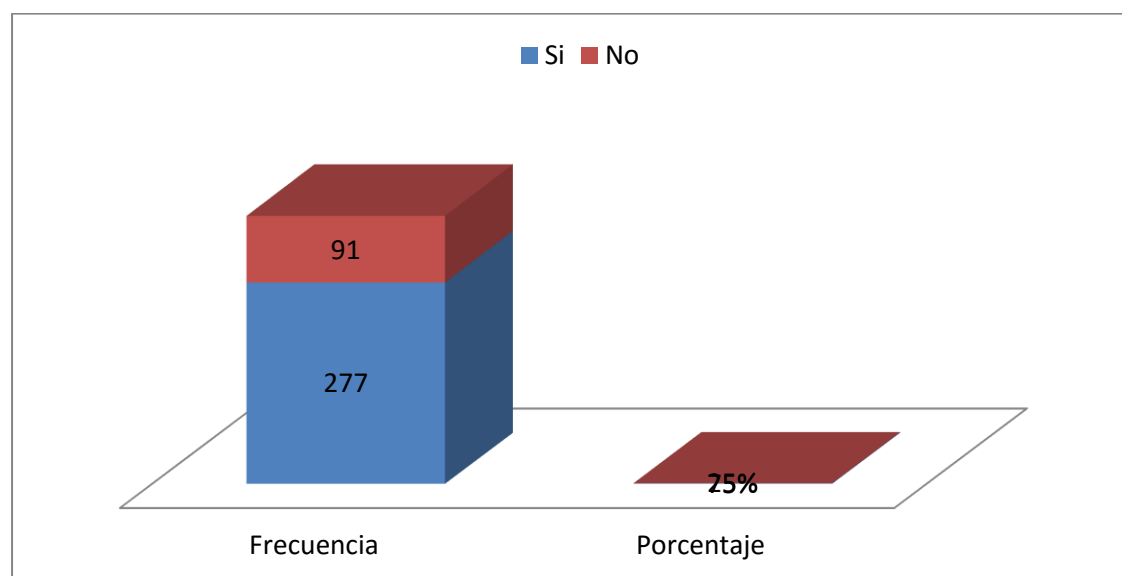
***Cuadro 13***

***Dispuestas a comprar***

Los que comprarían	Frecuencia	Porcentaje
Si	276	75%
No	92	25%
<b>Total</b>	<b>368</b>	<b>100%</b>

***Gráfico N° 16***

***Dispuestas a comprar***



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora

**Interpretación.-**

Se puede mencionar que existe una gran mayoría de los demandantes en comprar la vestimenta por catálogo, mientras que una mínima parte no prefieren porque están acostumbradas a las ferias.

## 5.- ¿Cuáles son las prendas de vestir que compra con mayor frecuencia?

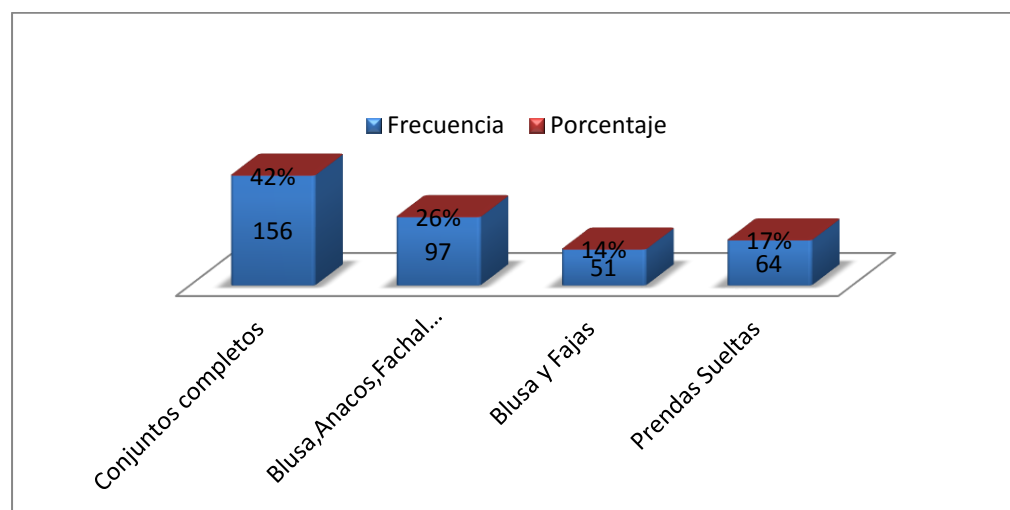
### Cuadro 14

#### Prendas con mayor frecuencia

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Conjuntos completos	156	42%
Blusa, Anacos, Fachalina y fajas	97	26%
Blusa y Fajas	51	14%
Prendas Sueltas	64	17%
<b>Total</b>	<b>368</b>	<b>100%</b>

### Gráfico N° 17

#### Prendas de vestir con mayor frecuencia



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora

### Interpretación.-

A través de la encuesta se determinó, la vestimenta con mayor frecuencia es conjuntos completos, seguidamente dan importancia a la blusa, anacos y fajas, luego con solo blusa y fajas, finalmente con una mínima cantidad prefieren comprar prendas sueltas.

## 6.- ¿Cada qué tiempo adquiere las prendas de vestir?

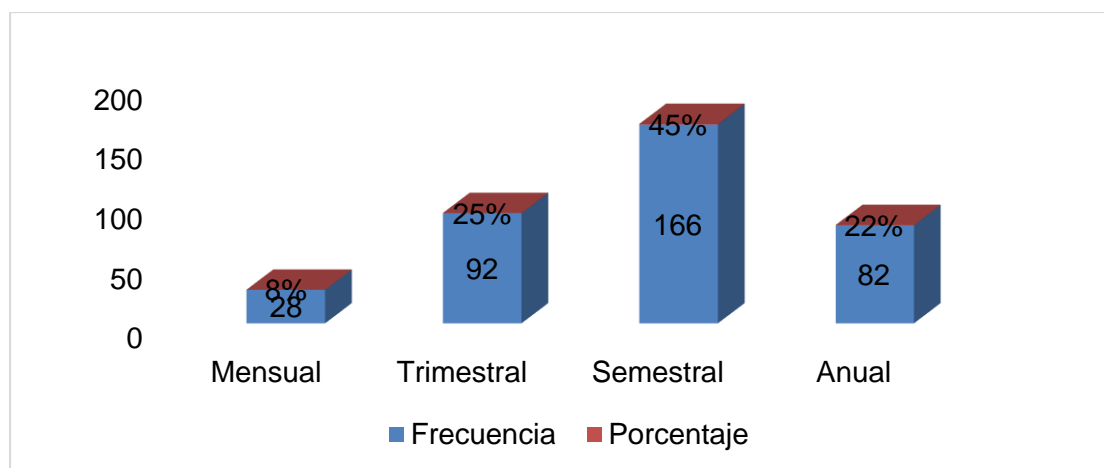
**Cuadro 15**

### *Tiempo que adquiere*

Tiempo	Frecuencia	Porcentaje
Mensual	28	8%
Trimestral	92	25%
Semestral	166	45%
Anual	82	22%
<b>Total</b>	<b>368</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N° 18**

### *Tiempo de adquisición*



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora

### **Interpretación.-**

En relación a la frecuencia de compra de la vestimenta, en la mayoría se determinó que se acostumbra comprar semestralmente, seguidamente mencionaron en forma trimestralmente a continuación anualmente y finalmente un mínimo se lo realiza mensualmente.

## 7.- ¿Cuántas conjuntos estaría dispuesta a comprar anualmente?

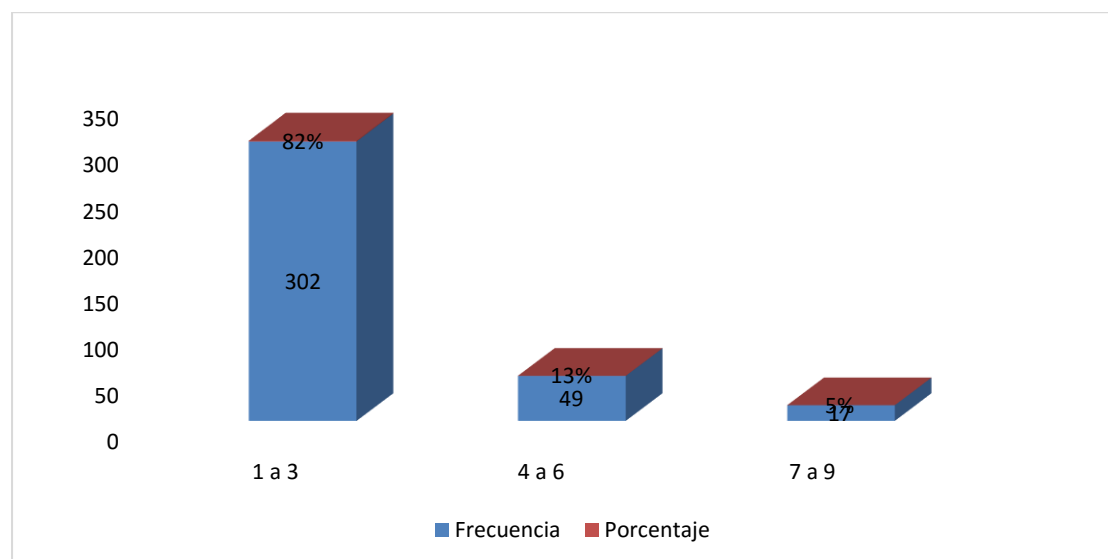
**Cuadro 16**

*Unidades dispuestas a comprar*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 a 3	302	82%
4 a 6	49	13%
7 a 9	17	5%
<b>Total</b>	<b>368</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N° 19**

*Unidades que están dispuestas a comprar*



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora

### **Interpretación.-**

De los encuestados mencionaron que la mayoría compran con la frecuencia de 1 a 2 conjuntos completos al año, seguidamente están un poca cantidad por 4 a 6 trajes por año, finalmente con un valor insignificante mencionaron que compran 7 a 9 prendas, las que normalmente compran por cada moda.



## 8.- ¿Qué aspecto considera más importante al momento de realizar la compra?

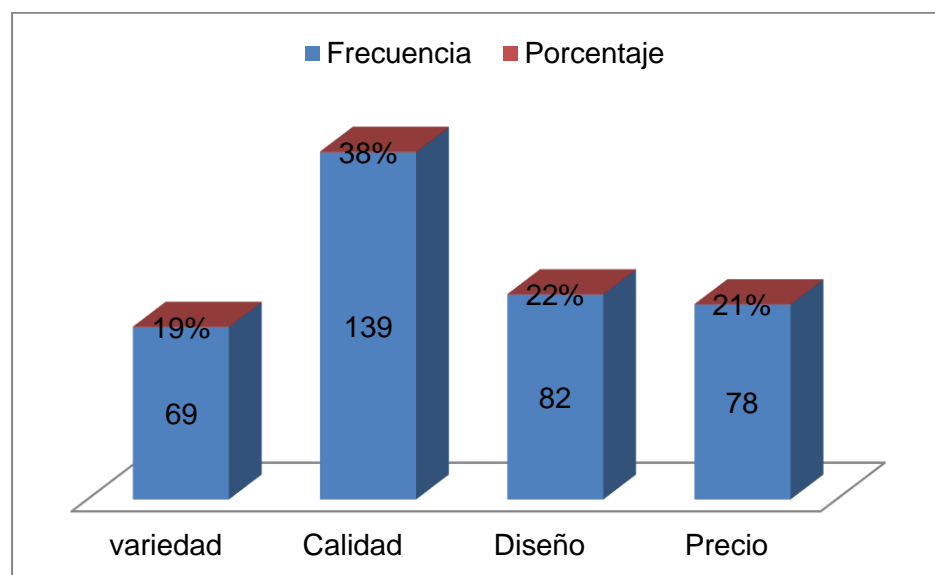
**Cuadro 17**

### *Aspectos que consideran*

Aspecto que considera	Frecuencia	Porcentaje
variedad	69	19%
Calidad	139	38%
Diseño	82	22%
Precio	78	21%
<b>Total</b>	<b>368</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N° 20**

### *Qué aspectos considera*



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora

### **Interpretación.-**

Según los encuestados, los aspectos que toman en cuenta primeramente para la compra, es la calidad, en segundo lugar el diseño, respectivamente con el precio y por último se fija la variedad.

**9.- ¿Cuáles el costo, que usted estaría dispuesto a gastar por adquirir un conjunto completo?**

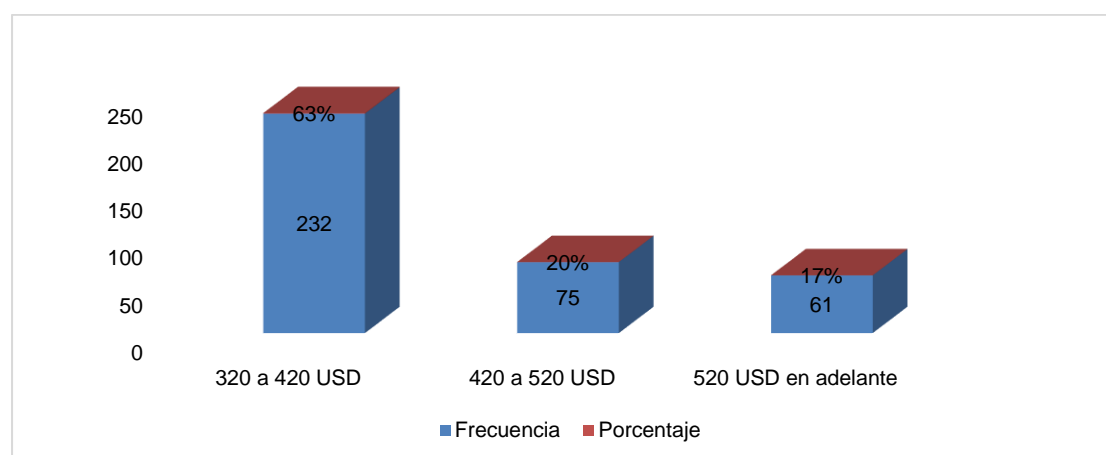
***Cuadro 18***

***El costo dispuesta apagar***

<b>Costo para traje completo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>320 a 420 USD</b>	232	63%
<b>420 a 520 USD</b>	75	20%
<b>520 USD en adelante</b>	61	17%
<b>Total</b>	368	100%

***Gráfico N° 21***

***El costo dispuesto a pagar***



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora

**Interpretación.-**

Los encuestados manifestaron, que para su la compra, usualmente suelen pagar de \$320.00 a \$420.00 como rango de promedio, seguidamente se categoriza en el siguiente valor de \$420,00 a \$520,00 en pocas personas y por último de \$520,00 en adelante las que pagan lo que cuesta, esto expresado en USD, por cada unidad de prenda, tomando en cuenta dos o tres a veces al año.

## 10.- ¿Cómo sería su forma de pago al momento de la compra?

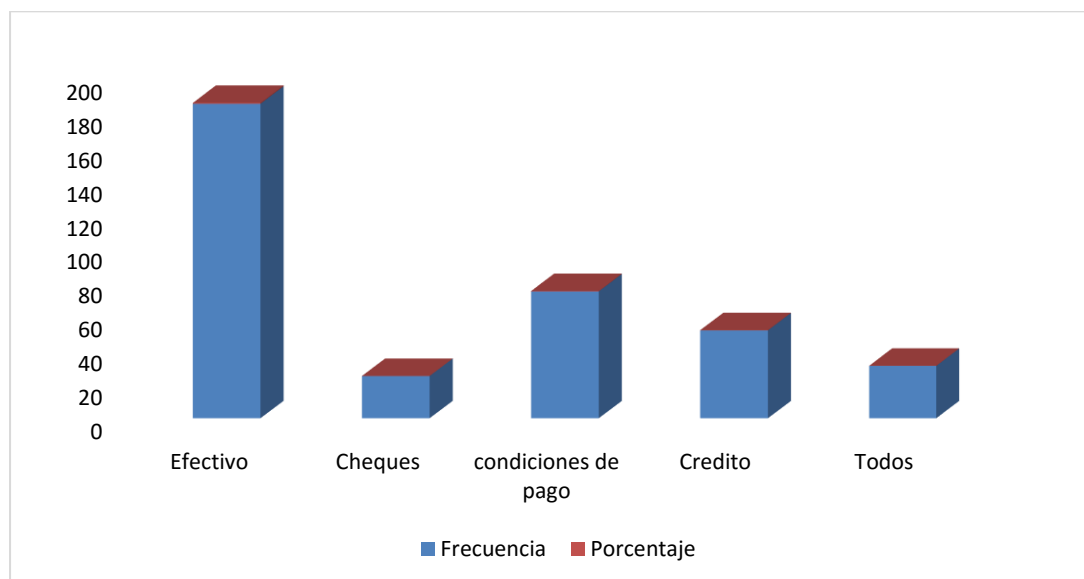
**Cuadro 19**

**Forma de pago**

Compras en catalogo	Frecuencia	Porcentaje
<b>Efectivo</b>	185	50%
<b>Cheques</b>	25	7%
<b>condiciones de pago</b>	75	20%
<b>Crédito</b>	52	14%
<b>Todos</b>	31	8%
<b>Total</b>	368	100%

**Gráfico N° 22**

**Forma de pago**



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora

Los encuestados mencionaron en la mayoría que están dispuestas a pagar en efectivo por la seguridad, además otro grupo manifestaron estarían de acuerdo con otra forma de pago como: condiciones, de que pueden ir pagando por adelantado o por plazos, y una mínima mencionó otras alternativas.

### 11.- ¿Por cuál medio de publicidad, le gustaría que le informen?

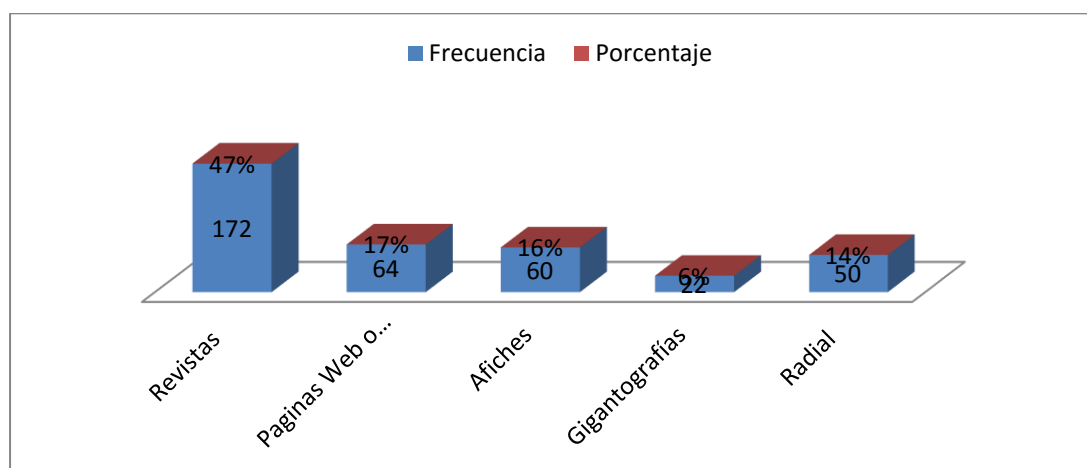
**Cuadro 20**

**Medio de publicidad**

Publicidad	Frecuencia	Porcentaje
Revistas	172	47%
Páginas Web o Redes sociales	64	17%
Afiches	60	16%
Gigantografías	22	6%
Radial	50	14%
<b>Total</b>	<b>368</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N° 23**

**Medio de publicidad**



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora

### Interpretación.-

Del total de los encuestados manifestaron, la mayoría están dispuestas a informarse a través de catálogo, porque es un medio más fácil que puede llegar a diferentes lugares de destino, seguido por páginas web, redes sociales. Pocos de los encuestados consideran mejor por afiches, posteriormente en mínima cantidad por radios y gigantografías.

### 3.6.1. Análisis e Interpretación de los Resultados de Encuestas

Los encuestados de la muestra poblacional, han sido la mayoría de etnia indígena, sin embargo durante la encuesta existía personas de etnia mestiza, se conoció que usaban la vestimenta a diario, el lugar destinado de compra son en las ferias de cantón, además la gran mayoría mencionaron que si están de acuerdo en comprar a través de catálogo, por lo general tienen preferencias de adquirir un conjunto completo, de esta manera es un solo gasto, el tiempo de compra es generalmente cada seis meses, al momento de realizar la compra se fija en la calidad de producto, se toma un precio aceptable de 320 a 420 en USD, como forma de pago manifestaron que preferían en efectivo y la publicidad de los productos desean a través de catálogo.

### 3.7. Identificación y Análisis de la Demanda

De acuerdo a los resultados de la encuesta, existe una factibilidad del 75% que el producto ofertado sea demandado, sin embargo por condiciones del tamaño de proyecto, la veracidad de los resultados se estima iniciar en forma creciente con el 14%, para incrementar el 1% anualmente posteriormente de la población investigada, condición que puede variar de acuerdo a los resultados que se obtenga.

#### 3.7.1. Datos para la determinación de la demanda

##### *Cuadro 21*

##### *Determinación de Tasa de Crecimiento*

Tabla de crecimiento	
<b>Cotacachi</b>	1,33
<b>Imantag</b>	0,92
<b>Quiroga</b>	1,47
<b>Subtotal</b>	3,72
<b>Indígena con 37,29</b>	1,39
<b>Tasa de Mortalidad</b>	5,04
<b>% de crecimiento</b>	1,32

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: La Autora

### 3.6.3. Comportamiento de la Demanda Actual

*Cuadro 22*

#### *Determinación de la Demanda Actual*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Población	Captación	Demanda Establecida
Si	277	75%	6.680	16%	<b>1.425</b>
No	91	25%	2.227		
<b>Total</b>	<b>368</b>	<b>100%</b>	<b>8.907</b>		

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

### 3.7.2. Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se tomó en cuenta la tasa de crecimiento de la población económicamente activa de tres parroquias del cantón Cotacachi. Para el cálculo de la proyección se utiliza la siguiente fórmula:

$$P_t = P_o (1+i)^n$$

#### Simbología:

**P<sub>t</sub>**= Demanda Proyectada

**P<sub>o</sub>**= Demanda Actual

**1** = Valor constante

**i** = Tasa de crecimiento

**n** = Año proyectado

**Cuadro 23****Proyección de la Demanda**

<b>Años</b>	<b>Población Económicamente Activa</b>	<b>Captación del Proyecto Previsto</b>	<b>Demanda estimada</b>
2016	10.083	16%	1.613
2017	11.414	16%	1.826
2018	12.920	17%	2.196
2019	14.626	17%	2.486
2020	16.556	20%	3.311

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: La Autora

De esta forma establece que la demanda pronosticada, para el año 2016 es de 1.613 conjuntos de prendas de vestir, según los respectivos cálculos en base a la población aceptada.

**3.8. Identificación y Análisis de la Oferta**

En este punto se analiza la cantidad de bienes que se pretende ofrecer y su precio a establecer. En Cotacachi, en vista que no existe una microempresa de ventas por catálogo especializado en modas de las mujeres indígenas, por tanto se analiza a los cuatro locales competidores que existen en el mercado de Cotacachi. A demás a través de la entrevista se determinó la cantidad de producción de los comerciantes y el volumen de ventas mensuales. Manifestaron que todo lo que producen es vendido. Y se conoció que captan apenas el 16% de la población demandada.

**Cuadro 24****Trajes vendidos**

<b>Comercio</b>	<b># Clientes mensual</b>	<b># Semestral</b>	<b># Anual</b>
MAIGUAS	20	120	240
ALYPACHAK	45	270	540
MARÍA CUSCAGUA	31	186	372
CECILIA MODAS	23	138	276
<b>Oferta actual</b>			<b>1.428</b>

Fuente: Entrevista a los comerciantes  
Elaborado por: La Autora

### 3.8.1. Proyección de la oferta

**Cuadro 25**

**Proyección de la Oferta**

<b>Años</b>	<b>Proyección de la oferta a clientes potenciales.</b>	<b>Captación del proyecto estimado</b>	<b>Oferta estimada</b>
2016	1.616	16%	259
2017	1.830	16%	293
2018	2.071	16%	332
2019	2.345	16%	376
2020	2.654	16%	426

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

Para poder identificar la oferta proyectada se aplicó la tasa de crecimiento de 1,32% a la cantidad ofertada de los comerciantes, analizando un volumen de ventas anuales.

### 3.9. Demanda potencial a satisfacer

El proyecto tiene la posibilidad real que se va a producir.

**Cuadro 26**

**Demanda insatisfecha**

<b>Años</b>	<b>Demanda en unidades</b>	<b>Oferta en unidades</b>	<b>Demanda potencial a satisfacer</b>
2.016	1.613	259	1.354
2.017	1.826	293	1.533
2.018	2.196	332	1.864
2.019	2.486	376	2.110
2.020	3.311	426	2.886

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: La Autora



### 3.10. Datos para establecer el Precio de Venta al Público

*Cuadro 27*

*Inflación de los cinco años anteriores*

<b>Años</b>	<b>% inflación</b>
<b>2012</b>	4,16
<b>2013</b>	2,7
<b>2014</b>	3,67
<b>2015</b>	3,38
<b>2016</b>	1,63
<b>Total</b>	15,54
<b>Inflación promedio actual</b>	3%

Fuente: BCE  
Elaborado por: La autora

#### 3.10.1. Precio Proyectado en función del costo.

El precio se calcula en función del costo, además se asignó los gastos administrativos y de ventas.

El proceso de cálculo fue de la siguiente manera:

- ✓ Se realiza la asignación porcentual de costos administrativos, tomando en cuenta el valor total anual de los sueldos administrativos y de ventas.
- ✓ Se divide el valor de gastos administrativos para el volumen de producción anual, del cual se obtiene un valor porcentual.
- ✓ Por último se divide el costo unitario total para cada asignación y el resultado obtenido en porcentaje se multiplica, para el porcentaje real.

**Cuadro 28****Costo de Unitario de las prendas**

Prendas	Costos		Costo operación	Gastos		Costo estimado
	MPD/MPI	MOD/MOI		Administrativos	Ventas	
Par de alpargates	3,50	-	3,50		1,94	5,44
Manillas de coral	48,50	-	48,50		1,94	50,44
Gualca	98,50	1,66	100,16	0,13	1,94	102,22
Camisa	20,80	14,10	34,90	1,10	1,94	37,93
Anaco negro	15,00	1,66	16,66	0,13	1,94	18,72
Anaco blanco	15,00	1,66	16,66	0,13	1,94	18,72
Fachalina	7,00	1,66	8,66	0,13	1,94	10,72
Rebozo	11,00	1,66	12,66	0,13	1,94	14,72
Mama chumbi	4,50	-	4,50		1,94	6,44
Chumbi	16,00	-	16,00		1,94	17,94
Cinta de cabello	3,50	-	3,50		1,94	5,44
<b>Total</b>	<b>243,30</b>	<b>22,39</b>	<b>265,69</b>	<b>1,74</b>	<b>21,29</b>	<b>288,72</b>

Fuente: Comerciantes de Cotacachi

Elaborado por: La autora

**Fórmula: PVP= Cu+ (Costo \*Margen de Utilidad)****Cuadro 29****Inflación de precios**

Artículos	Precio estimado con utilidad	Precio proyectado con inflación de 3%				
		2.016	2.017	2.018	2.019	2.020
Par de alpargates	6,25	6,44	6,63	6,83	7,04	7,25
Manillas de coral	58,00	59,74	61,53	63,38	65,28	67,24
Gualca	117,56	121,08	124,72	128,46	132,31	136,28
Blusa	43,62	44,93	46,28	47,66	49,09	50,57
Anaco negro	21,53	22,18	22,84	23,53	24,23	24,96
Anaco Blanco	21,53	22,18	22,84	23,53	24,23	24,96
Fachalina	12,33	12,70	13,08	13,48	13,88	14,30
Mama chumbi	7,40	7,62	7,85	8,09	8,33	8,58
Chumbi	20,63	21,24	21,88	22,54	23,21	23,91
Cinta de cabello	6,25	6,44	6,63	6,83	7,04	7,25
Rebozo	16,93	17,44	17,96	18,50	19,06	19,63
<b>Total conjunto</b>		<b>341,99</b>	<b>352,25</b>	<b>362,82</b>	<b>373,70</b>	<b>384,91</b>
	332,03					

Fuente: Comerciantes de Cotacachi

Elaborado por: La Autora

El precio de venta al público se establece en base al costo unitario de cada prenda, se toma en cuenta el 5% para la comisión de vendedores y el 10% adicional como margen de

utilidad para este proyecto. Y luego se determina una proyección al 3% de inflación para cada año.

### **3.11. Análisis de la Competencia**

La información que se ha logrado obtener es de vital importancia, ya que se conoció los precios, calidad, variedad de productos que se ofertan en el cantón Cotacachi por parte de la competencia. Además se conoce que los proveedores son del cantón Otavalo de la mayor parte de mercancías que tienen para la comercialización.

### **3.12. Canales de distribución**

Para la comercialización de las diferentes prendas de vestir la matriz se ubicará en las calles 9 de Octubre y Sucre, para la exhibir los modelos que van en los catálogos, además para entrega de productos, pedidos de venta, sin embargo a través de mostrador se pretende vender a los clientes que visitan al local. La venta directa que se realizará a las diferentes comunidades por los vendedores de cada sector, a través de catálogo, en donde se detalle el producto y las características que contiene la vestimenta, además el respectivo pedido al gusto de los clientes, en base a los modelos que están en los catálogos.

Se coordinara por cada parroquia una fecha específica realizar los respectivos pedidos y entregas y las formas de pagos que se vayan a realizar.

#### **3.12.1. A través de Vendedores**

Se realizará un cronograma de actividades para guiar a los intermediarios en la logística, de esta manera facilitar el trabajo de vendedores, que realicen la venta directa. Y además se fijará una comisión del 5% por cada conjunto de unidad de vendida. Se realizará las ventas por catálogos y por pedidos a través de un grupo de personas que se encargue de llegar al cliente

final con una comisión establecida para cada venta, Para lo cual se estima que el cliente hace su pedido y en un periodo de 10 a 15 días. Esto desde el momento del pedido hasta el día de la entrega al consumidor final.

### **3.13. Conclusión del Estudio de Mercado**

En la ciudad de Cotacachi, se determinó que asiste una insignificante demanda de mujeres indígenas que usan la vestimenta propia del sector, pero no existe un mercado que cubra este tipo de necesidades. Además se conoce que a través de los resultados de la investigación se determina la demanda poblacional con una aceptación del 75% como también la cantidad que se podría producir para cubrir la necesidad de este sector es de 20 trajes mensuales a producir, y a su vez la oferta que permitió establecer la cantidad de producción que existe de los comerciantes, sin embargo los precios en función de costo es mejor que del mercado, por tanto el proyecto si tiene factibilidad para continuar con los respectivos capítulos para determinar la propuesta del proyecto.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1 Introducción**

El presente proyecto tiene como finalidad establecer una microempresa en buenas condiciones estructurales, laborales y el proceso de distribución adecuado, aprovechando al máximo los recursos disponibles para su comercialización. Además estableciendo estrategias efectivas para el proceso de ventas con el cual llegan al cliente.



Por tanto se determinan los requerimientos de los equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente, la verificación de las características técnicas de las máquinas, permitiendo precisar su disposición en planta, que a su vez permite dimensionar las necesidades de espacio físico para su normal operación.

#### **4.2. Objetivos**

##### **4.2.1. Objetivo General**

Realizar la factibilidad técnica de proyecto, a través de algunos elementos que identificará, el lugar, algunos requerimientos necesarios, el micro y la macro localización, los recursos disponibles y el monto de la inversión correspondiente, para dar una implementación con éxito.

##### **4.2.2. Objetivos Específicos**

-  Determinar el lugar específico para la microempresa.
-  Analizar la infraestructura necesaria para la implementación



### 4.3.2. Micro localización

#### *Cuadro 31*

#### *Parroquias del Cantón Cotacachi*

Cantón	Cotacachi
Parroquia	El sagrario
Calles	9 de Octubre y Sucre

Fuente: Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: La autora

#### *Gráfico N° 25*

#### *Localización*



Fuente: Ciudad de Cotacachi  
Elaborado por: La Autora

### 4.3.3. Determinación de factores.

#### 1 factores Comerciales

- Posición estratégica
- Flujo de personas
- Seguridad
- Disponibilidad de espacio físico
- Accesibilidad

- Vías de comunicación
- Servicios Básicos
- Disponibilidad de materia prima
- Disponibilidad de mano de obra

## **2 Factores Sociales**

- Mejora de condiciones de vida de las comunidades
- Generación del empleo directo

## **3. Factores Legales**

- Patente Municipal
- RUC



#### 4.3.4. Evaluación de Factores

*Cuadro 32*

*Evaluación de Factores*

Nivel		Valor Numérico
<b>Excelente</b>		10
<b>Muy bueno</b>		
	Alto	9
	Bajo	8
<b>Bueno</b>		
	Alto	7
	Bajo	6
<b>Regular</b>		
	Alto	5
	Bajo	4
<b>Malo</b>		
	Alto	3
	Bajo	2
<b>Pésimo</b>		1

Elaborado Por: La autora  
Año: 2016

#### 4.3.5. Selección de lugares

**A**= 9 de Octubre y Sucre

**B**= 10 de Agosto y Morales

**C**= 10 de Agosto y Bolívar

### 4.3.6. Matriz de Factores

**Cuadro 33**

**Matriz de factores**

Factores	Variables	Selección de Lugares		
		A	B	C
Comerciales	Posición estratégica	9	7	8
	Flujo de personas	10	8	7
	Seguridad	8	8	8
	Disponibilidad de espacio físico	9	5	7
	Accesibilidad	8	7	6
	Vías de comunicación	8	8	8
	Servicios básicos	9	7	8
	Disponibilidad de materia prima	9	8	9
	Disponibilidad de mano de obra	8	8	7
<b>Total comercial</b>		<b>78</b>	<b>66</b>	<b>68</b>
Sociales	Mejora de condiciones de vida de las comunidades	8	8	6
	Generación del empleo directo	9	8	9
<b>Total social</b>		<b>17</b>	<b>16</b>	<b>15</b>
Legales	Patente municipal	9	8	8
	RUC	10	9	8
<b>Total Legal</b>		<b>19</b>	<b>17</b>	<b>16</b>
<b>Total</b>		<b>209</b>	<b>181</b>	<b>182</b>

Elaborado Por: La autora  
Año: 2016

La ubicación estratégica para la microempresa fue seleccionada en las calles 9 de octubre y Sucre, razón por la cual es un sitio muy comercial con vías de acceso, cuenta con todos los servicios básicos, tiene un área bastante amplia para comodidad y almacenamiento de la materia prima, además es un lugar muy adecuado para exhibir los productos terminados.

#### **4.4. Diseño de la Planta**

El proyecto tiene una cobertura, en donde se establece la participación de todos y cada uno de las personas que participaran en la pequeña microempresa los cuales dispondrá de un lugar para Administración, Producción o fabricación y comercialización del producto.

##### **4.4.1. Distribución de la Planta**

La planta tiene una dimensión de 80 mtrs cuadrados, se utilizara la planta baja y el alta. Con el fin de brindar un adecuado ambiente laboral y empresarial la empresa estará dividida en diferentes áreas que permitan la movilización del personal y el traslado de los materiales de un lugar a otro, para su buen funcionamiento y para dar cumplimiento a los propósitos de la misma, las áreas a crearse son las siguientes:

**Área Administrativa** la misma tendrá una dimensión de 20 mts cuadrados, estará constituida por los departamentos de: gerencia, contabilidad, secretaria. Junto a este a unos metros de distancia se ubicará la bodega que será de 40 metros cuadrados, en donde se almacenará y despachará la materia prima, insumos y demás accesorios.

**Área de Producción** estará constituida por 30 mts cuadrados para un amplio espacio y acondicionamiento de las diferentes maquinarias y el equipo de corte. En esta área se ubicará el área de corte de los diferentes materiales y el taller para la confección de todas las prendas solicitadas. En el mismo que se encontrará al personal encargado del control del terminado y de la calidad de los productos finales.

**Área de Comercialización** de 30 mts cuadrados, para la exhibición, promoción y venta de las diferentes prendas de vestir con sus respectivas perchas y muebles necesarios para su acondicionamiento y buen servicio.

#### 4.4.2. Representación gráfica de la Distribución de la planta

##### Área de Administración

- Gerencia y Contabilidad
- Secretariado

##### Producción

- Diseño y bordados
- Corte y Confesión
- Bodega

##### Comercialización

- Ventas
- Diseño grafico

##### *Gráfico N° 26*

##### *Distribución de la Planta*



Fuente: Trabajo Directo  
Elaborado por: La autora

#### **4.5. Tamaño del proyecto**

Para determinar el tamaño de la unidad productiva se tomó en cuenta los siguientes factores:

##### **4.5.1. Mercado**

La comercialización de ventas de ropa de mujer por catálogo tendrá una matriz en el cantón Cotacachi a exhibir los diferentes modelos, además es acerca a la competencia de locales comerciales, por tanto tiene mayor afluencia de personas en el sector. Sin embargo se buscará grupo de personas que les interese en distribuir a diferentes lugares del cantón a través de catálogos, ofrecerá una comisión de 10% por cada prenda vendida.

##### **4.5.2. Disponibilidad de Recursos Financieros**

La inversión se lo realizará a través de créditos de Instituciones Financieras, con la cual dará inicio al emprendimiento planteado, por tanto se procederá a realizar la adquisición de materia prima, capital de trabajo y otros gastos necesarios. Además se pretende utilizar recursos propios en la ejecución de este proyecto.

##### **4.5.3. Disponibilidad de Insumos, Materiales y Materia Prima**

Según la investigación realizada se conoce que existe facilidad de adquirir estos insumos o materiales en cantón Otavalo, en donde puede comprar la mayoría de los implementos necesarios a un costo menor a comparación de otras ciudades.

##### **4.5.4. Tecnología a utilizar**

Para la producción de prendas de vestir es necesario utilizar maquinas industriales que son: recta, overlock, para dar un decorativo a un diseño a un conjunto de trajes en una parada

y además la computadora es de vital importancia por será indispensable trabajar con un diseñador gráfico que diseño la actualización de modelos nuevos a catalogo en forma trimestralmente de los modelos que salen a la moda para ofertas productos al días hacia los clientes y así garantizar que las diferentes prendas son únicos y exclusivos del negocio.

#### **4.5.5. Capacidad instalada**

La capacidad de producción en prendas de vestir es de 27 trajes completos semanales durante 21 días laborales al mes, trabajando las 8 horas días, con 5 trabajadores, se establecerá 1.613 trajes completos anuales, las cuales están conformados de once piezas para el año 2016. La Demanda a cubrir está en un 16% de la población insatisfecha.

#### **4.6. Ingeniería del proyecto**

##### **4.6.1. Procesos de fabricación**

La ingeniería del proyecto ayuda a identificar los diferentes procesos tanto comercialización como de elaboración de la vestimenta que se empleará en la microempresa establecida.

Además permite conocer la inversión que se realiza en lo referente a maquinaria, equipos y muebles de oficina, muebles y enseres, utilices de oficina, la tecnología a ocupar y la cantidad adecuada de los mismos con sus respectivos costos.

##### **4.6.2. Pasos de fabricación y comercialización**

Son diferentes actividades o caminos a seguir, para alcanzar los resultados esperados. Las diferentes actividades para realizar son:

- 1.- Selección y compra de materia prima

- 2.- Medida y cortado de telas
- 3.- Confección de prendas de vestir
- 4.- Colocación de diferentes accesorios
- 5.- Empaquetado
- 6.- Almacenamiento
- 7.- comercialización

#### **4.6.3. Flujo gramas**

Son representaciones gráficas o simbologías que ayudan a conocer los diferentes procesos, acciones o pasos que se deben seguir desde el inicio de selección y adquisición de materia prima; hasta la colocación de diferentes accesorios en las prendas de vestir y así logra con el cumplimiento de todas las fases de producción y comercialización.

##### **Simbología**

Inicio o fin de la actividad



Inspección o revisión



Almacenamiento



Decisión



Demora



Documento



Operación



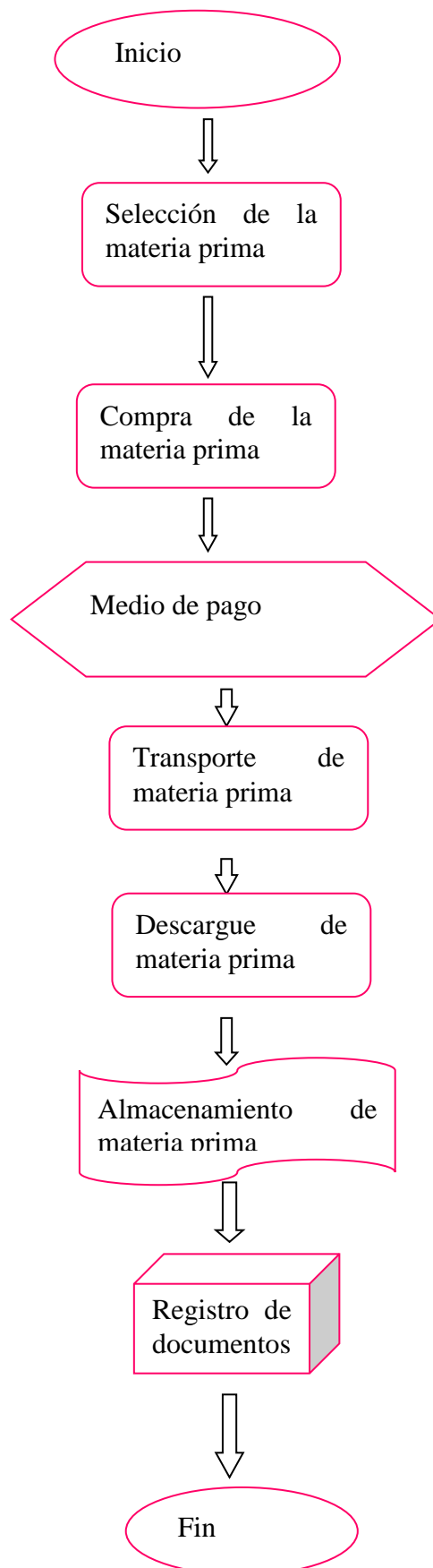
Transporte



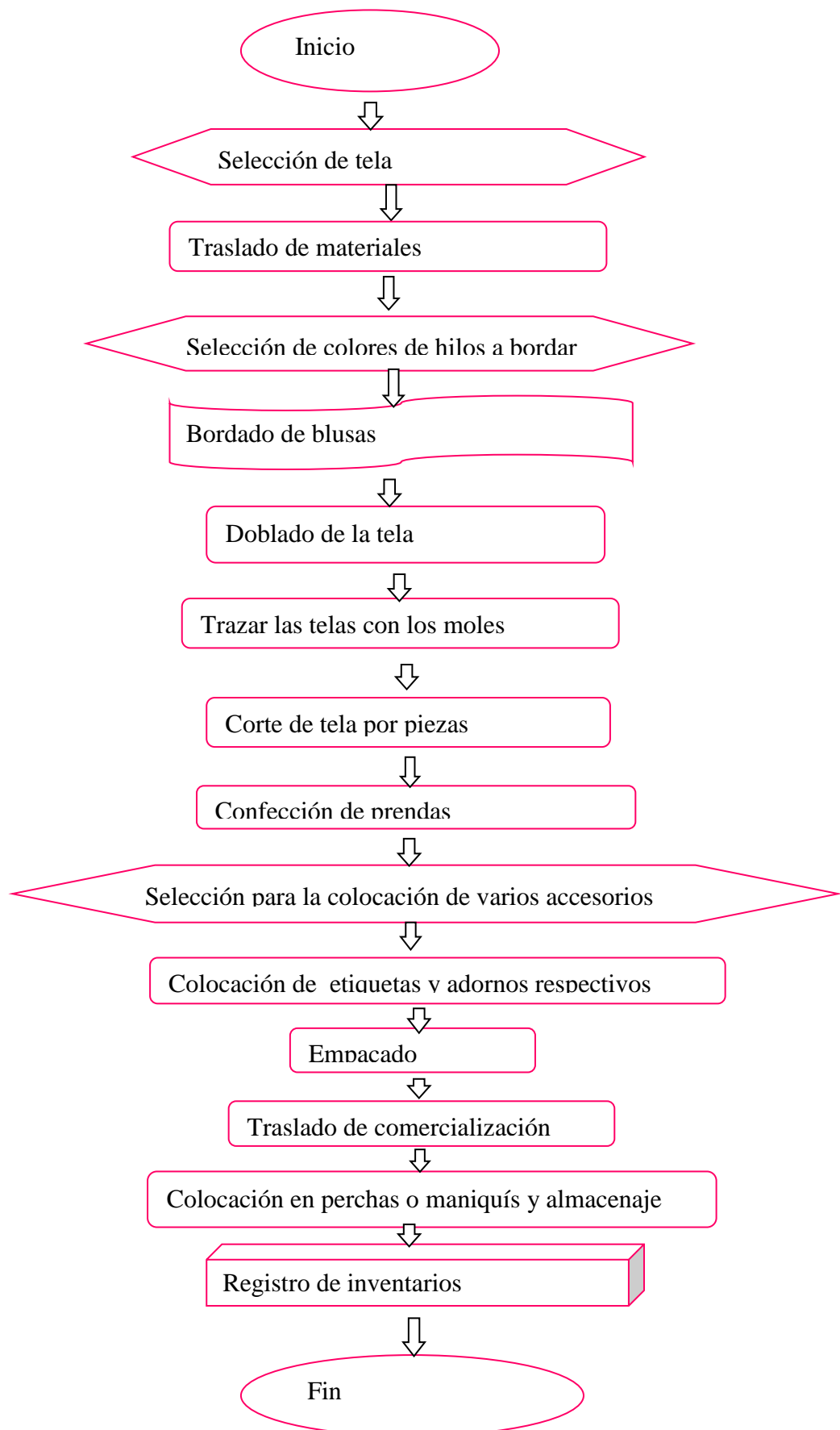
Conector



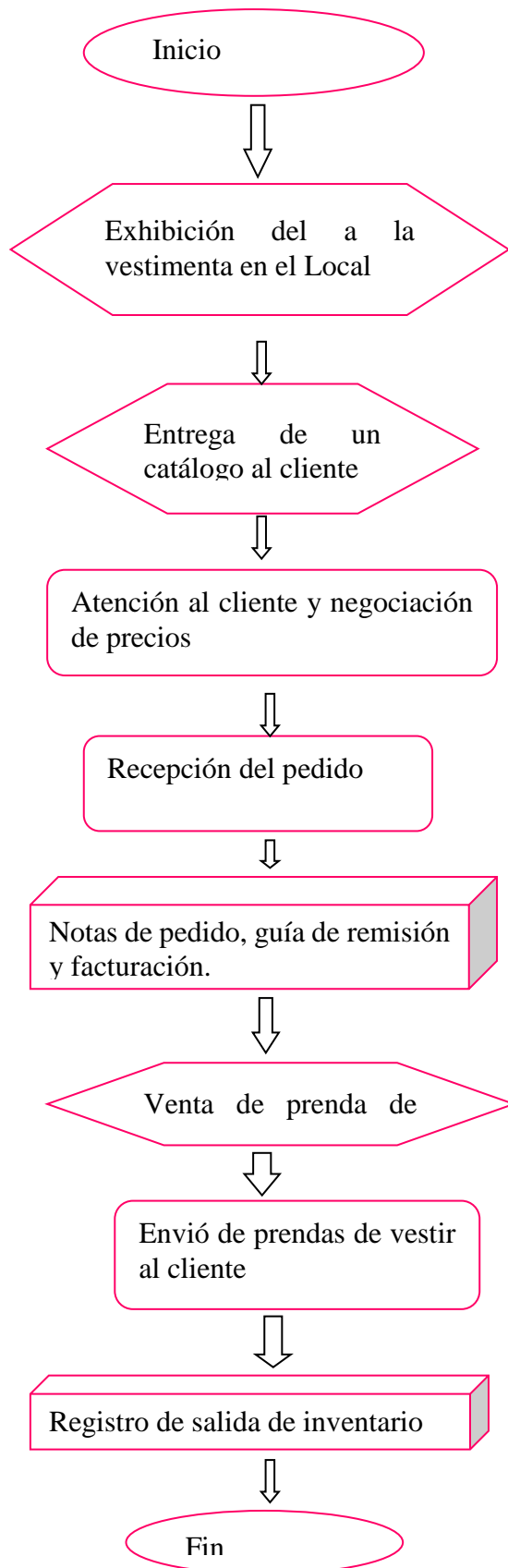


**1 Compra**

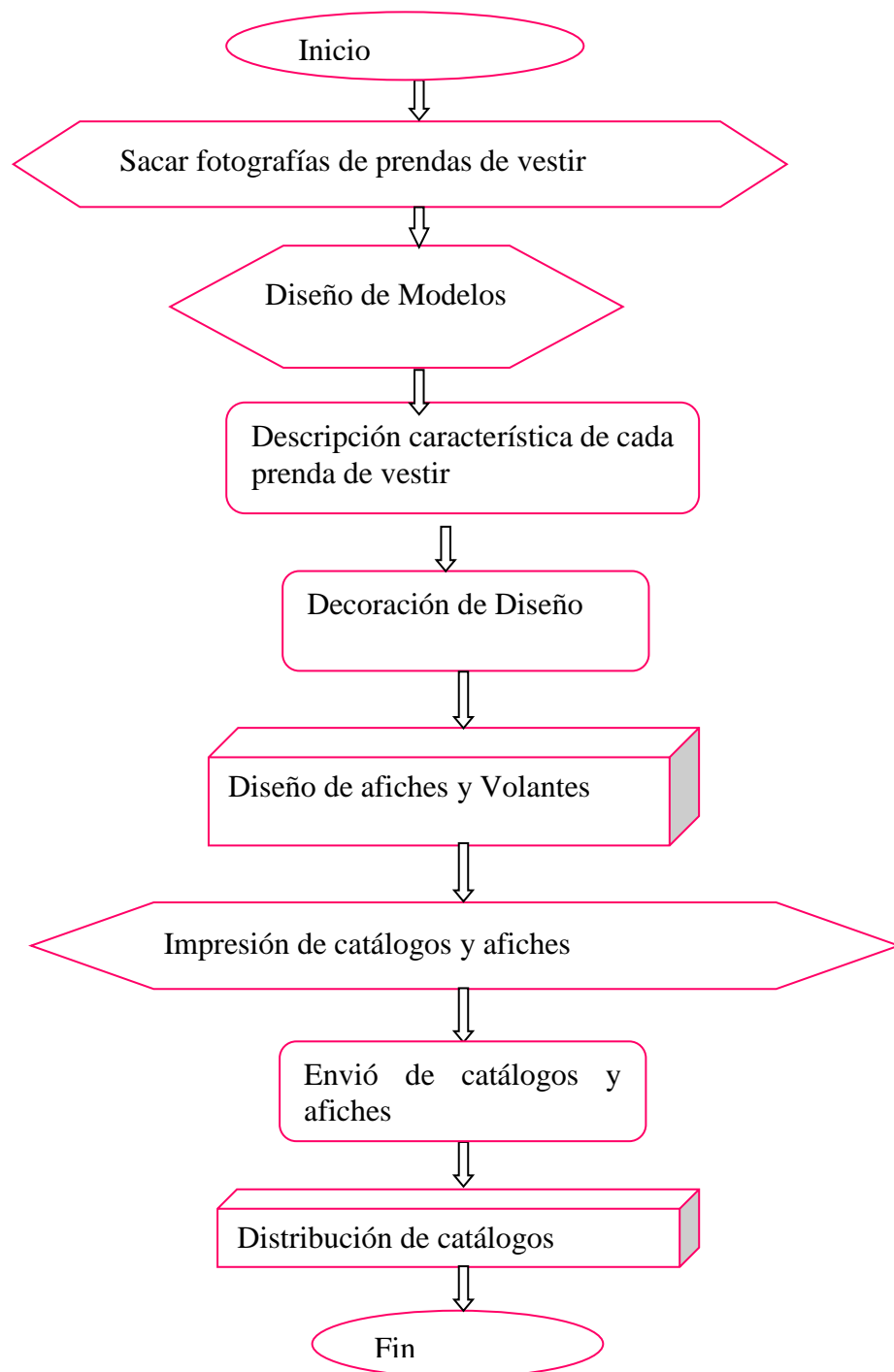
## 2. Producción



### 3. Comercialización o Ventas



#### 4. Diseño y la impresión del catálogo



## 4.7. Presupuesto del proyecto

### 4.7.1 Inversión Fijas

#### 1. Maquinaria y Equipo

Para la elaboración de prendas de vestir se necesita de los siguientes maquinaria y equipo:

#### *Cuadro 34*

#### *Maquinaria y Equipo*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo U.</b>	<b>Costo T.</b>
<b>Maquina Recta Industrial</b>	2	700,00	1.400,00
<b>Maquina Overlock Industrial de 4 hilos</b>	1	750,00	750,00
<b>Maquina Recubridora</b>	1	3.000,00	3.000,00
<b>Maquina Bordadora Computarizada Toyota expert 9100 net</b>	1	8.000,00	8.000,00
<b>Prensadora de Anacos</b>	1	1.100,00	1.100,00
<b>Plancha</b>	3	45,00	135,00
<b>Total Maquinaria y Equipo</b>			14.385,00
			0

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: La Autora

## 2. Equipo de Oficina

### *Cuadro 35*

#### *Equipo de Oficina*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo U.</b>	<b>Costo T.</b>
<b>Área</b>			
<b>Gerente Contadora</b>			
<b>Laptop</b>	1	700,00	700,00
<b>Impresora</b>	1	55,00	55,00
<b>Teléfono Inalámbrico</b>	1	55,00	55,00
<b>Calculadora Casio</b>	1	25,00	25,00
<b>Bodega</b>			
<b>Computadora de escritorio</b>	1	600,00	600,00
<b>calculadora simple</b>	1	10,00	10,00
<b>Ventas</b>			
<b>Teléfono Inalámbrico</b>	1	55,00	55,00
<b>Calculadora Casio simple</b>	1	10,00	10,00
<b>Computadora de escritorio</b>	1	600,00	600,00
<b>Diseñador de Gráfico</b>			
<b>Computadora de escritorio</b>	1	600,00	600,00
<b>Total</b>		2.710,00	2.710,00

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: La Autora

### 3. Muebles y Enseres

#### *Cuadro 36*

#### *Muebles y enseres*

<b>Detalle</b>	<b>Cantida d</b>	<b>Costo U.</b>	<b>Costo T.</b>
<b>Área</b>			
<b>Gerente Contadora</b>			
<b>Escritorio</b>	1	180,00	180,00
<b>Silla giratoria</b>	1	70,00	70,00
<b>Silla de espera</b>	1	35,00	35,00
<b>Archivador Metálico</b>	1	110,00	110,00
<b>Bodega</b>			
<b>Estanterías</b>	3	75,00	225,00
<b>Mesas de Confección</b>	3	75,00	225,00
<b>Perchas para colgar MP</b>	1	100,00	100,00
<b>Perchas de madera para materia prima</b>	2	55,00	110,00
<b>Sillas</b>	5	25,00	125,00
<b>Ventas</b>			
<b>Maniquís de Mujeres medio cuerpo</b>	6	65,00	390,00
<b>Maniquís de Mujeres cuerpo completo</b>	4	120,00	480,00
<b>Tablas triples para la pared</b>	5	75,00	375,00
<b>Estanterías</b>	2	100,00	200,00
<b>sillas de espera</b>	1	35,00	35,00
<b>Escritorio</b>	1	120,00	120,00
<b>Silla</b>	1	25,00	25,00
<b>Diseñador Gráfico</b>			
<b>Escritorio</b>	1	150,00	150,00
<b>Silla</b>	1	25,00	25,00
<b>Total</b>		1.440,00	2.980,00

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: La Autora

#### 4. Construcción y adecuación

##### *Cuadro 37*

##### *Construcción y Adecuación*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo U.</b>	<b>Costo T.</b>
<b>Instalaciones eléctricas</b>	1	120,00	120,00
<b>Instalaciones de servicios Higiénicos</b>	1	115,00	115,00
<b>Señalización de áreas</b>	1	75,00	75,00
<b>Instalación de alarmas de seguridad</b>	1	240,00	240,00
<b>Colocación de rótulos</b>	1	75,00	75,00
<b>Pintado y decoración del local</b>	1	120,00	120,00
<b>Total</b>		745,00	745,00

Fuente: Investigación  
Elaborado por: La Autora

#### 5. Suministro de Oficina

##### *Cuadro 38*

##### *Suministros de oficina*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo U.</b>	<b>Costo T.</b>
<b>Resmas de papel boon</b>	5	3,25	16,25
<b>Esferos</b>	6	0,35	2,10
<b>Tintas de impresora</b>	6	12,00	72,00
<b>Carpetas de cartón</b>	10	0,25	2,50
<b>Clips</b>	3	0,35	1,05
<b>Grapadoras</b>	3	1,50	4,50
<b>Perforadoras</b>	3	0,85	2,55
<b>Cajitas de grapas</b>	3	0,50	1,50
<b>Cajas de esferos</b>	3	4,50	13,50
<b>Cajas de lápiz</b>	3	4,00	12,00
<b>Total</b>			127,95

Fuente: Investigación secundaria  
Elaborado por: La Autora



## 6. Resumen de Inversiones Fijas

### *Cuadro 39*

#### *Inversiones Fijas*

<b>Detalle</b>	<b>Costo total</b>
<b>Maquinaria y Equipo para la Producción</b>	14.385,00
<b>Equipo de Computación</b>	2.710,00
<b>Muebles y Enseres</b>	2.980,00
<b>Suministro de Oficina</b>	127,95
<b>Construcción y adecuación</b>	745,00
<b>Total Inversiones Fijas</b>	20.947,95

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La Autora

### **Gastos de Constitución**

Los gastos pres operativos que tendrá que efectuarse durante proceso de constitución de la microempresa son los siguientes:

### *Cuadro 40*

#### *Gastos de Constitución*

<b>Detalle</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Permiso de funcionamiento</b>	120,00
<b>Permisos Bomberos</b>	25,00
<b>Patente Municipal</b>	85,00
<b>Permiso de Medio Ambiente</b>	52,00
<b>Total</b>	282,00

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: La Autora

### **Inversión Total Fijas**

La inversión total fija es de 21.229,95 que son parte de las cuenta de activos que establece para la microempresa.

### 4.7.2. Inversiones Variables

Todo lo referente a las inversiones variables como la materia prima directa, insumos, mano de obra el consumo y utilización es proyectada anualmente.

#### 1 Materia Prima Directa

##### *Cuadro 41*

##### *Materia Prima Directa*

Detalle	Unidad	Cantidad Anual	Costo U.	Costo T.
Tela espejo	Rollos de 50m	5	350,00	1.750,00
Tela para anacos casimir italiano	Rollos de 100m	5	850,00	4.250,00
Tela paño de rebozos	Rollo de 50m	1	370,00	370,00
Encajes metreados	Rollos de 50m	1	2.200,00	2.200,00
Hilo blancos	Rollos	12	4,50	54,00
Hilos de colores		100	5,00	500,00
Cintas de colores	Rollos	300	4,50	1.350,00
Mullos de colores	Libras	10	4,00	40,00
Otros implementos menores		3	50,00	150,00
<b>Total</b>				10.664,00

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: La Autora

## 2. Materia Prima Indirecta

### Cuadro 42

#### Materia Prima Indirecta

Detalle	Unidad	Cantidad Anual	Costo U.	Costo T.
Cierres	Rollos	3	3,45	10,35
Elástico	Rollos	5	5,50	27,50
Encajes de adornos	Rollos	3	9,50	28,50
Insumos				
Agujas de maquina overlock por paquete	Docena	3	3,50	10,50
Aceite	Litro	5	6,00	30,00
Crushed para encajes		2	1,50	3,00
Fundas celofán	paquete s	100	2,50	250,00
<b>Total</b>				<b>359,85</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: La Autora

## 3. Mano de Obra Directa e Indirecta

### Cuadro 43

#### Mano de Obra directa e indirecta

Detalle	Sueldo	# Obreros	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	IESS Patronal	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Total
Corte confección	366,00	2	732,00	8.784,00	979,42	732,00	732,00	11.227,42
Bordadora y decorado	366,00	3	1.098,00	13.176,00	1.469,12	1.098,00	1.098,00	16.841,12
<b>Total</b>		5		21.960,00	2.448,54	1.830,00	1.830,00	28.068,54

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: La Autora

Los 28.068,54 USD es el valor proyectado para un año. Considerando que la MOD es la misma que complementa como MOI.

#### 4. Costos Indirectos de Fabricación

##### *Cuadro 44*

##### *Costos indirectos de fabricación*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Energía eléctrica</b>	1	22,00	264,00
<b>Agua Potable</b>	1	12,00	144,00
<b>Mantenimiento</b>	1	35,00	420,00
<b>Juego de moldes</b>	12	1,50	18,00
<b>Armadores por docena</b>	5	2,25	11,25
<b>Tijeras</b>	5	15,00	75,00
<b>Reglas de 2mts.</b>	3	4,50	13,50
<b>Cinta Métricas</b>	5	1,50	7,50
<b>Cajas de tizas</b>	3	1,50	4,50
<b>Grused 0,3</b>	5	1,50	7,50
<b>Tambor manual</b>	4	5,00	20,00
<b>Paquetes de agujas de pelo para mullos</b>	1	2,50	2,50
<b>Paquetes de agujas punta redonda</b>	1	2,75	2,75
<b>Paquetes de agujas punta fina</b>	1	1,50	1,50
<b>Total</b>		108,50	992,00

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: La Autora

## 5. Gastos Administrativos

### Sueldos al personal Administrativo y de Ventas

#### Cuadro 45

##### Sueldos Administrativos

Detalle	Valor Anual	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	IESS Patr.	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Total
Gerente	1	700,00	8.400,00	936,60	366,00	366,00	10.068,60
Contadora							
Bodeguero	1	366,00	4.392,00	489,71	366,00	366,00	5.613,71
Diseñador grafico	1	450,00	5.400,00	602,10	366,00	366,00	6.734,10
Personal de venta	1	366,00	4.392,00	489,71	366,00	366,00	5.613,71
<b>Total</b>	<b>4</b>		<b>22.584,00</b>	<b>2.518,12</b>	<b>1.464,00</b>	<b>1.464,00</b>	<b>28.030,12</b>

Fuente: Investigación secundaria  
Elaborado por: La autora

## 6. Gasto de Ventas

#### Cuadro 46

##### Gastos de Ventas

Detalle	Cantidad	Precio U.	Precio T.	T. Mensual	T. Trimestral	T. Anual
Arriendo Local	1	500,00		500,00		6.000,00
Medios de Publicidad	2	29,00			58,00	232,00
Alarmas de seguridad y Gigantografías	1	210,00				210,00
Línea telefónica	1	22,00	22,00	22,00		264,00
Servicio de Internet	1	20,00		20,00		240,00
Impresión de Catálogos	200	2,75	550,00		550,00	2.200,00
Volantes	2000	0,05	100,00		100,00	400,00
Funda Celofán	800	0,25	200,00		200,00	800,00
Implementos de higiene y Limpieza	1	12,75			12,75	51,00
Pago por Comprobantes de Venta	6	5,75			34,50	138,00
<b>Total</b>			<b>850,00</b>	<b>542,00</b>	<b>955,25</b>	<b>10.535,00</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: La Autora

### 4.7.3. Determinación de Capital de Trabajo

El capital de trabajo se determinó en base a los gastos previstos de la capacidad operativa proyectada, analizando los costos de materiales directos e indirectos, mano de obra directa e indirecta y costos indirectos de fabricación y los gastos administrativos que incurran para el buen funcionamiento de la misma. Por tanto las cantidades dadas se calculan para dos meses, en vista de que el comportamiento de ventas o rotación de las mismas de experiencias similares tardan alrededor de 60 días. Lo que constituye un egreso que deber tener financiamiento hasta que se generen los ingresos por ventas del proyecto.

#### *Cuadro 47*

#### *Capital de trabajo*

<b>Detalle</b>	<b>Total Anual</b>	<b>Total Bimestral</b>
Materia Prima Directa	10.664,00	1.777,33
Materia Prima Indirecta	359,85	59,98
Mano de Obra Directa e Indirecta	28.068,54	4.678,09
Costo Indirecto de Fabricación	992,00	165,33
Gastos Administrativos	28.030,12	4.671,69
Gastos de ventas	10.535,00	1.755,83
Gatos de constitución		282,00
<b>Total capital de trabajo</b>	<b>78.649,51</b>	<b>13.390,25</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: La Autora

## 1. Inversiones Totales del Proyecto

### *Cuadro 48*

#### *Inversión Total de Proyecto*

Detalle	Valor Total
<b>Inversión Fija</b>	21.229,95
<b>Capital de trabajo</b>	13.390,25
<b>Total Inversión</b>	34.620,20

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: La Autora

## 2. Financiamiento

En la inversión calculada para el presente proyecto se tiene un valor de 34.338,20 se cuenta con un aporte propio de 60% y el resto se solicitará el financiamiento de las Instituciones.

### *Cuadro 49*

#### *Financiamiento*

Detalle	Total del proyecto	Aporte Propio	Financiamiento	%
<b>Inversión Fija</b>	21.229,95	8.491,98	12.737,97	40
<b>Capital de Trabajo</b>	13.390,25	-	13.390,25	60
<b>Total</b>	34.620,20	8.491,98	26.128,22	100

Fuente: Investigación  
Elaborado por: La Autora

## CAPÍTULO V

### 5. EVALUACIÓN FINANCIERA

#### 5.1. Introducción

La evaluación financiera requiere de la utilización de ciertos indicadores financieros que deben estar fundamentados en la correcta estimación de los presupuestos y estados proformas.

#### 5.2 Presupuestos de Ingresos Proyectados

##### *Cuadro 50*

##### *Proyección de precio con inflación*

Detalle	Precio	Proyección de precio con Inflación del 3%				
	Actual	2.016	2.017	2.018	2.019	2.020
Conjunto	332,03	341,99	352,25	362,82	373,70	384,91

S

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: La Autora

##### *Cuadro 51*

##### *Presupuesto de Proyección de ventas*

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vestimenta					
Precio de Venta	341,99	352,25	362,82	373,70	384,91
Cantidad	1.354	1.533	1.864	2.110	2.886
<b>Total Ingresos</b>	<b>463.083,52</b>	<b>539.936,86</b>	<b>676.422,00</b>	<b>788.680,99</b>	<b>1.110.753,99</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: La Autora

El precio de venta para esta proyección están determinado de la siguiente manera, del precio de la oferta actual con inflación de 3,11%, y la demanda potencial a cubrir al año 2016 es de 956 unidades a producir, que representa el 5% de la demanda insatisfecha.



## 5.3 Proyección de Egresos

### 5.3.1. Proyección de Presupuesto de Costos

Los precios de los costos de producción se incrementan de acuerdo a la tasa de inflación del 3% anual.

#### *Cuadro 52*

##### *Presupuesto de costos de producción*

Descripción	Costo estimado	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
<b>MPD</b>	243,30	250,60	258,12	265,86	273,84	282,05
<b>MPI</b>	0,00					
<b>MOD</b>	22,39	23,06	23,75	24,46	25,20	25,95
<b>MOI</b>	0,00					
<b>CIF</b>	0,00					
<b>Gto adm</b>	1,74	1,80	1,85	1,91	1,96	2,02
<b>Gto de ventas</b>	21,29	21,93	22,59	23,27	23,96	24,68
<b>Costo total</b>	288,72	297,38	306,31	315,50	324,96	334,71

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: La Autora

#### *Cuadro 53*

##### *Proyección de egresos*

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vestimenta					
Costo de Venta	297,38	306,31	315,50	324,96	334,71
Cantidad	1.354	1.533	1.864	2.110	2.886
<b>Total egresos</b>	<b>402.681,32</b>	<b>469.510,31</b>	<b>588.193,04</b>	<b>685.809,56</b>	<b>965.873,04</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: La Autora

### 5.3.2. Gastos Administrativos

#### Cuadro 54

#### Gastos Administrativos

Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Gerente Contadora						
Sueldo Mensual	700,00	721,00	742,63	764,91	787,86	3.716,40
Sueldo Anual	8.400,00	8.652,00	8.911,56	9.178,91	9.454,27	44.596,74
IESS Patronal	936,60	964,70	993,64	1.023,45	1.054,15	4.972,54
Décimo Tercero	366,00	376,98	388,29	399,94	411,94	1.943,14
Décimo Cuarto	366,00	376,98	388,29	399,94	411,94	1.943,14
Fondos de Reserva		721,00	742,63	764,91	787,86	3.016,40
Total Gerente contadora	10.068,60	11.091,66	11.424,41	11.767,14	12.120,15	56.471,96
Bodeguero						
Sueldo Mensual	366,00	376,98	388,29	399,94	411,94	1.943,14
Sueldo Anual	4.392,00	4.523,76	4.659,47	4.799,26	4.943,23	23.317,72
IESS Patronal	489,71	504,40	519,53	535,12	551,17	2.599,93
Décimo Tercero	366,00	376,98	388,29	399,94	411,94	1.943,14
Décimo Cuarto	366,00	376,98	388,29	399,94	411,94	1.943,14
Fondos de Reserva		376,98	388,29	399,94	411,94	1.577,14
Total Bodeguero	5.613,71	6.159,10	6.343,87	6.534,19	6.730,21	31.381,08
Diseñador Grafico						
Sueldo Mensual	450,00	463,50	477,41	491,73	506,48	2.389,11
Sueldo Anual	5.400,00	5.562,00	5.728,86	5.900,73	6.077,75	28.669,33
IESS Patronal	602,10	620,16	638,77	657,93	677,67	3.196,63
Décimo Tercero	366,00	376,98	388,29	399,94	411,94	1.943,14
Décimo Cuarto	366,00	376,98	388,29	399,94	411,94	1.943,14
Fondos de Reserva		463,50	477,41	491,73	506,48	1.939,11
Total Diseñador Grafico	6.734,10	7.399,62	7.621,61	7.850,26	8.085,77	37.691,36
Personal de Venta						
Sueldo Mensual	366,00	376,98	388,29	399,94	411,94	1.943,14
Sueldo Anual	4.392,00	4.523,76	4.659,47	4.799,26	4.943,23	23.317,72
IESS Patronal	489,71	504,40	519,53	535,12	551,17	2.599,93
Décimo Tercero	366,00	376,98	388,29	399,94	411,94	1.943,14
Décimo Cuarto	366,00	376,98	388,29	399,94	411,94	1.943,14
Fondos de Reserva		376,98	388,29	399,94	411,94	1.577,14
Total Personal de Venta	5.613,71	6.159,10	6.343,87	6.534,19	6.730,21	31.381,08
<b>TOTAL GASTO ADMINISTRATIVO</b>	<b>28.030,12</b>	<b>30.809,48</b>	<b>31.733,76</b>	<b>32.685,78</b>	<b>33.666,35</b>	<b>156.925,49</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Auto

## Gastos de Ventas

### Cuadro 55

#### Gasto de Ventas

DETALLE	T. ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Arriendo local</b>	6.000,00	6.180,00	6.365,40	6.556,36	6.753,05	6.955,64
<b>Medios de publicidad</b>	232,00	238,96	246,13	253,51	261,12	268,95
<b>Alarmas de seguridad</b>	210,00	216,30	222,79	229,47	236,36	243,45
<b>Línea telefónica</b>	264,00	271,92	280,08	288,48	297,13	306,05
<b>Servicios de internet</b>	240,00	247,20	254,62	262,25	270,12	278,23
<b>Impresión de catálogos</b>	2.200,00	2.266,00	2.333,98	2.404,00	2.476,12	2.550,40
<b>Volantes</b>	400,00	412,00	424,36	437,09	450,20	463,71
<b>Fundas celofán</b>	800,00	824,00	848,72	874,18	900,41	927,42
<b>Implementos de limpieza</b>	51,00	52,53	54,11	55,73	57,40	59,12
<b>Pago por comprobantes de venta</b>	138,00	142,14	146,40	150,80	155,32	159,98
<b>Total</b>	10.535,00	10.851,05	11.176,58	11.511,88	11.857,24	12.212,95

Fuente: Presupuesto técnico

Elaborado por: La autora

#### 5.4. Tabla de Amortización

Los gastos financieros que tiene la empresa corresponden al crédito de **26.128,22** dólares obtenidos a través de la Corporación Financiera Nacional, a una tasa de interés del 12,75% y a un plazo de 3 años. Por intereses (Gastos financieros) en el primer año se tendrá 2.895,62 dólares. Los demás valores se muestran en el siguiente cuadro. Con método francés por que paga interese sobre saldos.

**Cuadro 56****Tabla de Amortización**

<b>No.</b>	<b>SALDO</b>	<b>INTERES</b>	<b>PRINCIPAL</b>	<b>DIVIDENDO</b>
<b>0</b>	26.128,22			
<b>1</b>	25.528,61	277,61	599,61	877,22
<b>2</b>	24.922,63	271,24	605,98	877,22
<b>3</b>	24.310,22	264,80	612,42	877,22
<b>4</b>	23.691,29	258,30	618,92	877,22
<b>5</b>	23.065,79	251,72	625,50	877,22
<b>6</b>	22.433,65	245,07	632,15	877,22
<b>7</b>	21.794,78	238,36	638,86	877,22
<b>8</b>	21.149,13	231,57	645,65	877,22
<b>9</b>	20.496,62	224,71	652,51	877,22
<b>10</b>	19.837,18	217,78	659,44	877,22
<b>11</b>	19.170,73	210,77	666,45	877,22
<b>12</b>	18.497,20	203,69	673,53	877,22
<b>13</b>	17.816,51	196,53	680,69	877,22
<b>14</b>	17.128,59	189,30	687,92	877,22
<b>15</b>	16.433,36	181,99	695,23	877,22
<b>16</b>	15.730,75	174,60	702,62	877,22
<b>17</b>	15.020,67	167,14	710,08	877,22
<b>18</b>	14.303,04	159,59	717,63	877,22
<b>19</b>	13.577,79	151,97	725,25	877,22
<b>20</b>	12.844,84	144,26	732,96	877,22
<b>21</b>	12.104,09	136,48	740,74	877,22
<b>22</b>	11.355,48	128,61	748,61	877,22
<b>23</b>	10.598,91	120,65	756,57	877,22
<b>24</b>	9.834,30	112,61	764,61	877,22
<b>25</b>	9.061,57	104,49	772,73	877,22
<b>26</b>	8.280,63	96,28	780,94	877,22
<b>27</b>	7.491,39	87,98	789,24	877,22
<b>28</b>	6.693,77	79,60	797,62	877,22
<b>29</b>	5.887,67	71,12	806,10	877,22
<b>30</b>	5.073,01	62,56	814,66	877,22
<b>31</b>	4.249,69	53,90	823,32	877,22
<b>32</b>	3.417,62	45,15	832,07	877,22
<b>33</b>	2.576,71	36,31	840,91	877,22
<b>34</b>	1.726,87	27,38	849,84	877,22
<b>35</b>	868,00	18,35	858,87	877,22
<b>36</b>	0,00	9,22	868,00	877,22

Fuente: Corporación Financiera Nacional  
Elaborado por: La autora

## 5.5. Tabla de Depreciación

El método de la depreciación que se ha utilizado en los activos fijos es la siguiente:

$$\text{Linea Recta} = \frac{\text{Valor} - \text{Valor Residual}}{\text{Número de Años}}$$

Para el año 2019 se ha tomado en cuenta la reinversión del valor de 2.710 en USD de la depreciación en los equipos de cómputos.

### Cuadro 57

#### Tabla de depreciación

Detalle	% Depreciación Anual
Muebles y Enseres	10%
Instalaciones, Maquinarias, Equipos	10%
Vehículos, Equipos de Transporte	20%
Equipos de Computación y Software	33%

Fuente: Información secundaria  
Elaborado por: La autora

### Cuadro 58

#### Depreciación Anual

Detalle	Valor	%	Año	Valor Residual	Valor Neto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Total en 5 Años	Valor de rescate
Maquinaria y Equipo	14.385,00	10%	20	1.438,50	12.946,50	647,33	647,33	647,33	647,33	647,33	3.236,63	11.148,38
Equipo de Computación	2.710,00	33%	3	894,30	1.815,70	605,23	605,23	605,23	605,23	605,23	3.026,17	-
Muebles y Enseres	2.980,00	10%	20	298,00	2.682,00	134,10	134,10	134,10	134,10	134,10	670,50	2.309,50
Adecuación	745,00	10%	20	74,50	670,50	33,53	33,53	33,53	33,53	33,53	167,63	577,38
Depreciación Total Anual	20.820,00			2.705,30	18.114,70	1.420,18	1.420,18	1.420,18	1.420,18	1.420,18	7.100,92	14.035,25

Fuente: Información secundaria  
Elaborado por: La autora

## 5.6. Balance de arranque al cero

### Cuadro 59

#### Estado de situación financiera

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA			
(Expresado en USD)			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS CORRIENTES	
Efectivo y Equivalentes de Efectivos	13.390,25	Cuentas por pagar	4.868,78
Inventario de Materiales	872,95		
Inventario de Materiales en proceso	0	TOTAL PASIVO CORRIENTE	4.868,78
Inventario de Materiales Terminados	0		
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>14.263,20</b>	<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>	
		Préstamo Bancario	11.801,67
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>			
Propiedad Planta y Equipo	20.075,00	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	11.801,67
Equipo y Maquinaria de Producción	14.385,00		
Equipo de Oficina	2.710,00	TOTAL PASIVOS	16.670,45
Muebles y Enseres	2.980,00		
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>20.075,00</b>	<b>PATRIMONIO</b>	
<b>OTROS ACTIVOS</b>		Capital Social	17.949,75
<b>DIFERIDOS</b>			
Gastos de Constitución	282,00	TOTAL PATRIMONIO	17.949,75
<b>TOTAL OTROS ACTIVOS</b>	<b>282,00</b>		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>34.620,20</b>	<b>TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO</b>	<b>34.620,20</b>

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La autora

### 5.6.1. Estados Proformas

#### 1.-Estado de resultados Proyectado

##### *Cuadro 60*

##### *Estado de Resultados*

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>					
Venta de vestimentas					
	463.083,52	539.936,86	676.422,00	788.680,99	1.110.753,99
<b>Total ingresos</b>			676.422,00		
	463.083,52	539.936,86		788.680,99	1.110.753,99
<b>Costos de producción</b>					
Costo de vestimentas					
	402.681,32	469.510,31	588.193,04	685.809,56	965.873,04
<b>Total Costo de Producción</b>					
	402.681,32	469.510,31	588.193,04	685.809,56	965.873,04
<b>Utilidad bruta en ventas</b>			88.228,96		
	60.402,20	70.426,55		102.871,43	144.880,96
<b>Gastos operacionales:</b>					
Gastos administrativos					
	28.030,12	30.809,48	31.733,76	32.685,78	33.666,35
Gasto de Ventas					
	10.851,05	11.176,58	11.511,88	11.857,24	12.212,95
Depreciación					
	1.420,18	1.420,18	1.420,18	1.420,18	1.420,18
Gastos Financieros					
	10.526,64	10.947,71	11.385,61	11.841,04	12.314,68
<b>Utilidad operativa</b>			56.051,44		
	50.827,99	54.353,95		57.804,23	59.614,17
<b>Utilidad antes de impuesto y participación</b>			32.177,52		
	9.574,21	16.072,60		45.067,20	85.266,79
<b>(15%) Participación trabajadores</b>					
	1.436,13	2.410,89	4.826,63	6.760,08	12.790,02
<b>Utilidad antes de impuestos</b>			27.350,89		
	8.138,08	13.661,71		38.307,12	72.476,77
<b>Impuesto a la renta</b>					
	-	683,09	4.899,93	6.543,37	24.428,94
<b>Utilidad o pérdida neta</b>			22.450,95		
	8.138,08	12.978,62		31.763,75	48.047,83

Fuente: Estudio técnico  
Elaborado por: La autora

**Cuadro 61****Cálculo del Impuesto a la Renta**

<b>Base Imponible</b>	<b>8.138,08</b>	<b>13.661,71</b>	<b>27.350,89</b>	<b>38.307,12</b>	<b>72.476,77</b>
<b>FB</b>	-	-	938,00	938,00	8.413,00
<b>FE</b>	8.138,08	13.661,71	26.412,89	37.369,12	64.063,77
%	-	683,09	3.961,93	5.605,37	16.015,94
<b>Impuesto a pagar</b>	-	683,09	4.899,93	6.543,37	24.428,94

Fuente: Estudio técnico  
Elaborado por: La autora

Las utilidades y los impuestos se hacen cuando son ventas reales pero esto es un colchón de proyecto cuando las ventas no logren tener buenos beneficios puede quitar el impuesto a la renta.

**5.6.2. Estado de flujos de efectivo****Cuadro 62****Flujo de Efectivo**

<b>FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO</b>						
<b>Detalle</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Inversión Propia</b>	8.491,98					
<b>(+) Préstamo</b>	26.128,22					
<b>Utilidad del Ejercicio</b>		8.138,08	12.978,62	22.450,95	31.763,75	48.047,83
<b>(+) Depreciaciones</b>		1.420,18	1.420,18	1.420,18	1.420,18	1.420,18
<b>Valor de rescate</b>						14.035,25
<b>Total ingresos</b>		9.558,26	14.398,80	23.871,14	33.183,93	63.503,26
<b>(-) Reinversión Equipo de Cómputo</b>					2.710,00	
<b>(-) Pago de Capital de Préstamo</b>		7.631,02	8.662,90	9.834,30	-	-
<b>Total egresos</b>		7.631,02	8.662,90	9.834,30	2.710,00	-
<b>Flujo neto</b>	- 34.620,2	1.927,24	5.735,91	14.036,84	30.473,93	63.503,26

Fuente: Estudio técnico  
Elaborado por: La autora



### 5.6.3. Costo de oportunidad

Para determinar el costo de capital de proyecto, se obtiene a través de los siguientes datos:

- 📊 Fuentes de financiamiento es de 40% de inversión propia y el 60% de inversión financiada.
- 📊 Según el Banco central, la tasa activa es de 8,88% y la tasa pasiva es de 5,83%
- 📊 La inflación considerada para el año 2016 es de 3% a través de un promedio de 5 años anteriores.

#### *Cuadro 63*

#### *Costo de capital*

<b>Costo de Capital</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Valor Promedio</b>
<b>Inversiones Propias</b>	8.491,98	40	8,67	346,80
<b>Inversión Financiada</b>	26.128,22	60	12,75	765,00
<b>Total</b>	34.620,20			1.111,80

Fuente: Estudio técnico  
Elaborado por: La autora

#### **Cálculo de CK**

$$CK = 1.111,80 / 100 = 11,12\% = 0,1112$$

### 5.8.3. Tasa de Descuento o Rendimiento Medio

$$TRM = (1 + CK)(1 + \text{Inflación}) - 1$$

$$TRM = (1 + 0,1112)(1 + 0,03) - 1$$

$$TRM = 14,45\% \text{ Anual}$$

### 5.8.2. Calculo del VAN

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} - I = 0$$

$$VAN = 30.905,02$$

### 5.6.4. Calculo de la TIR

$$TIR = \frac{-I + \sum_{i=1}^n F_i}{\sum_{i=1}^n n * F_i}$$

$$TIR = 34\%$$

La Tasa Interna Retorno da un resultado de 35% mayor que la tasa de rendimiento medio (TRM) 14,45%, es decir que el proyecto a ejecutar es rentable porque se conoce que es factible.

### 5.6.5. Periodo de recuperación de la inversión

#### *Cuadro 64*

#### *Periodo de recuperación de la inversión*

Año	Flujos netos	F. neto acumulado	Inversión
0			-34.620,20
1	1.927,24	1.927,24	-32.692,96
2	5.735,91	7.663,15	-26.957,06
3	14.036,84	21.699,98	-12.920,22
4	30.473,93	52.173,92	17.553,71
5	63.503,26	115.677,17	81.056,97

Fuente: Estudio técnico  
Elaborado por: La autora

El tiempo exacto para lograr recuperar la inversión es de:

- Flujos de fondos de los tres primeros años 12.920,22
  - Flujo de fondo cuarto para cubrir inversión 17.553,71
  - Se divide el flujo necesario para cubrir la inversión para el flujo total del quinto año  $12.920,22/30.473,93 = 0,42$ ; que es la fracción del año necesario en el tercer período.
- Por lo tanto el tiempo necesario para recuperar la inversión es igual a la sumatoria de todos los periodos, dando como resultado:

**PR** = 3 años, 11 meses, 1 día.

### 5.6.6. Costo beneficio

La evaluación de la razón consiste en sumar todos los flujos originarios de la inversión descontados con la TMAR y luego el total se divide para la los egresos, obteniendo el número de unidades monetarias recuperadas por cada unidad de inversión.

#### *Cuadro 65*

#### *Costo beneficio*

<b>Año</b>	<b>Ingresos</b>	<b>Ingresos actualizados</b>	<b>Egresos</b>	<b>Egresos actualizados</b>
<b>1</b>	9.558,26	8.601,75	7.631,02	6.867,37
<b>2</b>	14.398,80	11.661,17	8.662,90	7.015,82
<b>3</b>	23.871,14	17.397,88	9.834,30	7.167,49
<b>4</b>	33.183,93	21.765,01	2.710,00	1.777,46
<b>5</b>	63.503,26	37.483,04	0,00	0,00
<b>Total</b>		<b>96.908,85</b>		<b>22.828,14</b>

Fuente: Estudio técnico  
Elaborado por: La autora

**CB= 4,25**

Nos refleja un resultado de 4,25, lo que significa, que por cada cuatro dólares invertidos se obtendrá un superávit de 0,25 centavos de dólar.

### **5.7. Conclusión del Estudio Financiero**

Con el estudio financiero se pudo determinar los costos y gastos en los que incurrirá para la microempresa con el fin de brindar al mercado un buen producto de calidad.

Se realiza las proyecciones pertinentes para conocer el nivel de crecimiento de la microempresa. Además con el cálculo del Costo beneficio, el VAN y la TIR se determina que el proyecto es totalmente factible y que en cada inversión realizada se obtendrá una buena rentabilidad.

## CAPÍTULO VI

### 6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

#### 6.1. La Microempresa

La venta directa de prendas de vestir de ropa de mujer indígena estará con un local adecuado ubicado en las calles 9 de Octubre y Sucre del Cantón Cotacachi sector centro, brindando una mejor atención a la vez se distribuirá los catálogos a las personas que deseen trabajar como intermediarios con una comisión del 5% por unidad de venta.

##### 6.1.1 Nombre o Razón Social

La microempresa está dirigida a mujeres indígenas que usan un traje elegante con el fin de satisfacer la necesidades de las prendas de vestir, como parte de costumbre en diferentes eventos o fiestas tradicionales del cantón, por ello se ha seleccionado el nombre en idioma quichwa que define como Mujer Reina que luce elegantes trajes en representación de la nueva generación de modas. “**Ñusta Tuparik**”.

##### 6.1.2. Logotipo de la Microempresa

*Gráfico N° 27*

*Logotipo*



Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La autora

### **6.1.3. Conformación Jurídica**

La microempresa se conformará por una persona natural, además tendrá la obligación de cumplir con la ley de Régimen Tributario Ecuatoriano Vigente.

Como también toda actividad económica para que sea legalmente constituida se necesita tener una cedula de identidad para la empresa que es el RUC para lo cual se debe cumplir con los siguientes requisitos:

#### **1. Requisitos para obtener Registro Único de Contribuyentes (RUC)**

Original y copia de cedula de ciudadanía del propietario del negocio

Original y copia de certificado de votación del propietario del negocio

Original y copia de un comprobante de pago de un servicio básico del domicilio

Original y copia de comprobante de pago de un servicio básico del local comercial

Contrato de arrendamiento legalizado del local comercial

Un correo electrónico que utilice para la empresa o personal

#### **2. Permiso de los bomberos**

Original y copia de cedula de ciudadanía del propietario del negocio

Original y copia del RUC

Pago del Valor de 15,00 USD

#### **3. Patente Municipal**

Original y copia de cedula de ciudadanía del propietario del negocio

Original y copia de certificado de votación del propietario del negocio

Certificado de no adeudar al municipio

Formulario de Solicitud y declaración del patente de no obligado a llevar contabilidad

Original y copia del RUC

Original y copia del permiso de los bomberos

#### **4. Emitir y entregar los comprobantes de venta autorizados por el SRI**

Es obligación de todas las personas inscritas en el RUC que realicen transacciones deben emitir facturas y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a la actividad económica en el periodo que corresponda según la fecha establecido por el Servicio Rentas Internas.

##### **6.1.4. Misión**

La microempresa “**Ñusta Tuparik**” se dedica a la producción y comercialización de prendas de vestir elegantes de las mujeres que le gusten usar vestimenta indígena para los eventos o fiestas y como también para los que usan a diario como su traje formal por ello se ofrece una gran variedad con modelos y diseños de moda actualizada con garantía de que estos productos son de calidad, durabilidad, comodidad y frescura.

##### **6.1.5. Visión**

La microempresa establece como una meta a cumplir en el año 2020 con ganar al máximo el prestigio y la confianza de los clientes potenciales en el mercado brindando producto con un servicio de exente calidad para lograr la satisfacción de los clientes y así obtener buena rentabilidad a futuro.

### 6.1.6. Objetivos

- ✚ Captar clientes al máximo para posesionarnos en un mercado seguro competitivo.
- ✚ Establecer estrategias de ventas que me permita dar una mejor distribución de catálogos.
- ✚ Obtener una rentabilidad del 25% del capital invertido al 2019
- ✚ Promover la mejora continua de los productos

### 6.1.7. Políticas

- ✚ Producir prendas de vestir que garanticen la calidad, comodidad y un precio accesibles a los clientes
- ✚ Satisfacer las los gustos y preferencia de las mujeres que usen la vestimenta elegante
- ✚ Capacitar al personal de ventas por lo menos dos veces al año
- ✚ Mantener un buen ambiente laboral con personal interno y externo creando diferentes actividades que den el buen desempeño en las funciones.
- ✚ Dar un buen uso a residuos producidos de la producción y comercialización de prendas de vestir para el cuidado del medio ambiente y un ambiente más tranquilo en la sociedad
- ✚ Establecer diferentes formas de pagos y las condiciones para el uso de catálogos.
- ✚ Cumplir con las normativas vigentes establecidas de nuestro país

### 6.1.8. Principios

1. **Atención al cliente:** brindar un servicio de calidad a los clientes por la razón de que es el núcleo del funcionamiento de la empresa.
2. **Imagen personal:** Dar una mejor presentación personal, tanto en las diferentes actividades laborales
3. **Confianza:** Generar un buen prestigio a la empresa dando un mejor cumplimiento a cabalidad de las actividades propuestas hacia los clientes.



4. **Actualización de conocimientos:** que me permita a la innovación de nuevos productos y al crecimiento personal y un desarrollo de mejora continúa de la microempresa.

#### **6.1.9. Valores**

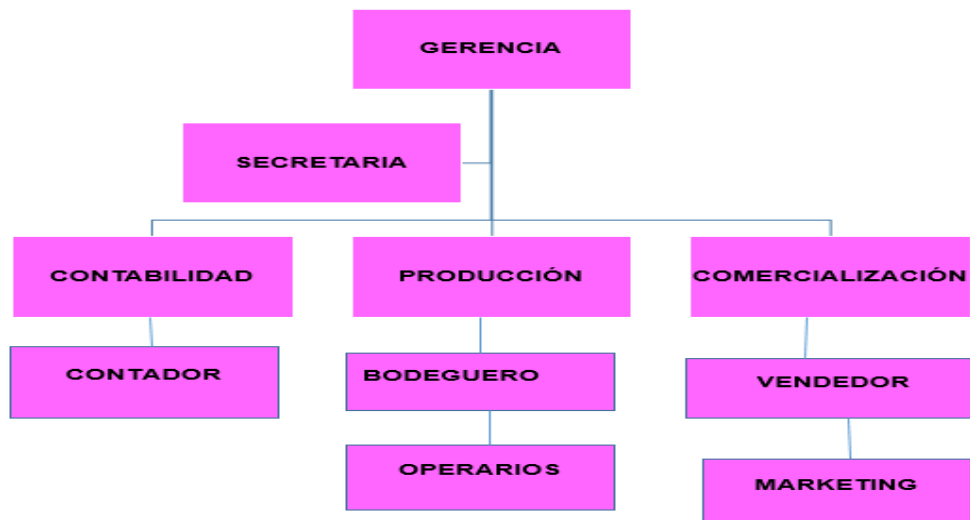
1. **Honestidad.-** Realizar trabajos de calidad con transparencia y utilizando los materiales apropiadas en la fabricación de las prendas de vestir, para garantizar la calidad de productos.
2. **Responsabilidad.-** ser eficiente y eficaz en la jornada laboral.
3. **Lealtad.-** velar por la fidelidad de la microempresa.
4. **Compromiso.-** Ejecutar las actividades laborales en función del cumplimiento de los objetivos planteados por la microempresa.
5. **Puntualidad.-** Entregar a tiempo los pedidos de los clientes como con las actividades diarias a cumplir.
6. **Excelencia.-** Demostrar un desempeño de eficiencia y eficaz en las actividades que realiza.

## 6.2. Estructura Organizacional

### 6.2.1. Orgánico Estructural

*Gráfico N° 28*

*Estructura Organizacional*



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Investigación secundaria

## 6.3. Orgánico Funcional

La microempresa cuenta con una sola dueña que coordinara con la ayuda de los diferentes departamentos para la ejecución de la actividad del proyecto y para dar un mejor desempeño de forma eficiente y eficaz se establece los siguientes parámetros que deben cumplir cada área establecida y se lo hará multifunciones al momento de iniciar porque sus ingresos aún no son solventes.

### 6.3.1 Gerente

#### Objetivos

Es una persona encargada de la dirección y funcionamiento eficaz de la empresa, que analiza los resultados obtenidos y toma las decisiones oportunas para cumplimiento de los

objetivos planteados y su ejecución con ética profesional para así liderar a la empresa en un mercado competitivo.

### **Perfil**

- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Responsable
- ✓ Liderazgo
- ✓ Innovador

### **Funciones**

- Representar legalmente como máxima autoridad de la “**Ñusta Tuparik**”
- Planificar y organizar las diferentes actividades en función de objetivos por cada departamento.
- Dirigir y ejecutar los planes de trabajo para buen funcionamiento de la microempresa
- Administrar y evaluar los recursos económicos
- Analizar y tomar las decisiones adecuadas para la microempresa.

### **6.3.2. Contadora**

#### **Perfil**

- ✓ Honestidad
- ✓ Honradez
- ✓ Trabajo a presión
- ✓ Puntualidad

**Funciones**

- Registrar todas las transacciones relocalizadas por la microempresa
- Elaborar los libros mayores
- Elaborar los estados financieros
- Declarar los impuestos y formularios establecidos según la ley.

**6.3.3. Secretaría****Objetivo**

Encargada de atender al público en general que asiste a la empresa y dar a conocer las actividades que se desarrollan en la empresa con las diferentes autoridades, recibe y entrega información inmediata.

**Perfil**

- ✓ Amabilidad
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Buena presencia

**Funciones**

- Atender las llamadas telefónicas
- Coordinar la agenda a diario
- Recibir y despachar las comunicaciones al gerente o a cada departamento correspondiente.
- Archivar los documentos de la microempresa
- Responsabilizar de los equipos y suministros de oficina

#### **6.3.4. Bodeguero**

##### **Objetivo**

El cargado de almacenamiento y salida de los productos y materia primas a otras áreas con autorización de acuerdo a los reglamentos de la microempresa y mantendrá los registros de inventarios actualizados y todo el material existente en buen estado.

##### **Perfiles**

- ✓ Habilidad física dinámica
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Honradez

##### **Funciones**

- Llevar un registro de entrada y salida de mercaderías y materiales para la fabricación
- Realizar inventarios mensuales
- Tener en buen estado los activos existentes de la microempresa
- Organizar la mercadería para su distribución

#### **6.3.5. Personal de producción**

##### **Objetivo**

Aquellas personas que dedique a la elaboración de prendas de vestir que estarán a cargo de bordado, corte y confesión.

##### **Perfil**

- ✓ Trabajar a presión

- ✓ Paciencia
- ✓ Creatividad
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Ética Profesional

### **Funciones**

- Identificar las piezas de la prenda
- Sacer moldes y cortar
- Realizar los diferentes bordados
- Confeccionar las prendas de acuerdo al modelo establecido
- Realizar acabados y decoraciones
- Poner etiquetas y planchar

### **6.3.6. Personal de Comercialización**

#### **1. Vendedoras**

#### **Objetivo**

Encargado de dar un buen trato a los clientes con conocimientos de hospitalidad, para lograr la captación de clientes potenciales y de comisionistas por catálogos. En cargado de recaudación de la venta de productos ofrecidos y realiza los pedidos de los cliente y a vez se realizará una venta directa en el local con los modelos exhibidos.

#### **Perfiles**

- ✓ Buena Presencia
- ✓ Amabilidad
- ✓ Responsabilidad

- ✓ Honradez
- ✓ Puntualidad

### **Funciones**

- Mantener el área de venta limpia y ordenada
- Dar una mejor atención a los clientes
- Comunicar a la máxima autoridad para realizar cualquier compra de insumos o gastos adicionales
- Tener organizado la mercadería para la venta
- Exhibir siempre el producto estrella en los maquiniz
- Realizar registro de pedidos por los clientes
- Informar y distribuir los catálogos a los clientes
- Ejecutar cualquier otra labor a fin indicada por la máxima autoridad.

### **6.3.7. Diseñador Grafico**

#### **Objetivo**

Aquella persona que se encarga de impresión y diseño de modelos en el catálogo y otras publicidades que se debe establecer para dar una mejor imagen corporativa de la microempresa.

#### **Perfiles**

- ✓ Responsabilidad
- ✓ Puntualidad
- ✓ Seriedad
- ✓ Ética profesional

## **Funciones**

- ✓ Diseñar y elaborar catálogos
- ✓ Actualizar e imprimir mensualmente los catálogos
- ✓ Realizar publicidad y propaganda en los diferentes medios publicitarios.

## **6.4. Reglamento Interno**

### **6.4.1. Políticas**

Política 1. Mantener un ambiente de trabajo dinámico en la actividad laboral.

Política 2. Trato esmerado con el trabajador.

Política 3. Superar las expectativas de los clientes mediante el servicio personalizado y una capacitación constante.

Política 7. Ser sujeto de crédito.

Política 9. Mantener canales propios de distribución

### **6.4.2 Requisitos legales**

- ✓ patente municipal
- ✓ Permiso de bomberos
- ✓ Constitución jurídica de la microempresa

### **6.4.3. Riesgos del trabajador**

*Enfermedad profesional*

*Se denomina aquella enfermedad profesional adquirida en el puesto de trabajo.*



*Es necesario en las empresas diseñar políticas seguridad para los trabajadores en el taller como las siguientes:*

*Seguridad, liderazgo y cultura*

*Designación de un supervisor de seguridad e higiene en el trabajo, será aquella persona cuya función principal evitar accidentes que sean lamentables los trabajadores.*

*Violaciones que son necesarias descubrir e informar*

*Salida de emergencia obstaculizadas.*

*Equipos contra incendios*

*Herramientas sueltas en cualquier lado y entre otros.*

*Para tener un ambiente laboral adecuado y seguro se debe crear políticas que sean obligadas a cumplir en cada procedimiento y actividad que se realice.*

*Por ello se debe cumplir con los siguientes:*

*Velar por el uso adecuado de los implementos o herramientas para tener la mejor protección personal al riesgo laboral*

*Cumplir con las normas de seguridad industrial para todas las actividades sea en área de producción o en administrativas, ya que la responsabilidad de cada uno es cuidarse.*

*Reportar las condiciones y actos inseguros que se detecten al inseguro para prevenir los accidentes laborales no deseados.*

*Cuidar de las instalaciones, sea de maquinaria o de equipos existentes.*

*Proteger el medio ambiente en lo que se refiera a la contaminación de la atmósfera respirable.*

*Mantener relaciones cordiales con todas las personas que trabajan dentro de la microempresa.*

*Normas de seguridad*

*a) Cada persona debe ser responsable de mantener limpia y ordenada su zona de trabajo, así como sus prensas de trabajo, herramientas y materiales.*

*b) No se puede ni se debe considerar el trabajo como terminado hasta que las herramientas, los equipos y los materiales estén recogidos y el lugar de trabajo limpio y ordenado*

*c) Los residuos inflamables como trapos de limpieza u otros materiales utilizados para el mismo se botarán en los recipientes de desechos peligrosos.*

*d) Esta definitivamente prohibido la acumulación de desechos en el suelo o sobre las máquinas. El mantenimiento de las maquinas limpias y despejadas redunda en una mayor seguridad del usuario.*

*e) Las zonas de circulación deberán permanecer libres de obstáculos para facilitar los movimientos de las personas e incluso en caso de emergencia, prevenir los golpes y las caídas por tropiezos.*

*f) Al terminar cualquier operación con máquinas o equipos de trabajo se debe dejar ordenado el área de trabajo, revisar todas las máquinas y comprobar que todas las protecciones estén colocadas.*

*g) No deben colocarse materiales ni objetos que impidan el libre acceso a los extintores de incendios.*

*h) Es necesario recordar la necesidad de comer únicamente en los lugares designados para ello.*

*i) Los recipientes deberán quedar completamente vacíos todos los días de la semana.*

*j) Los trabajadores que no cum plan con el plan de limpieza deberán ser llamados la atención o en el peor de los casos ser sanción*

*En toda actividad laboral existen algún tipo de inseguridad, los cuales pueden ocasionar los accidentes laborales por tanto para en este proyecto se tomaría en cuenta estos puntos importantes y así dar una adecuada ejecución de la actividad en diferentes áreas de trabajo.*

*Por ello también se capacitaría al personal y cumplir con los materiales o herramientas necesarias para el cuidado.*

## **CAPÍTULO VII**

### **7. IMPACTOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **7.1. Análisis de los impactos**

La microempresa “**Ñusta Tuparik**” en la ejecución de las actividades reconoce que se generará más fuentes de empleos para el sector ya que permitirá mejores ingresos familiares, de esta manera se logra a la mejora de la calidad de vida de las personas que se involucren al proyecto tanto personas internas como externas, como también se conoce que existirá efectos adversos a los cuales se daría mayor importancia para reducir sus consecuencias generadas, que se pueden dar impactos negativos y tener una alternativa de solución o plantear, para dar un tratamiento de mejor manera sin afectar a los recursos o las actividades del proyecto de la creación de la microempresa para la producción y comercialización a través de catálogos en el Catón Cotacachi. Además con la ejecución del proyecto busca beneficiar a la comunidad involucrada y participante.

Para el análisis de los impactos, se realiza la matriz, determinado los impactos social, económico, ambiental y cultural que el proyecto tenga sobre el medio en el que se va ejecutar, y la evaluación se realiza en función de las actividades realizadas y de los resultados previstos en el proyecto.

Cada uno de los impactos tendrá una calificación para conocer el nivel de impacto. A continuación se detallan los siguientes valores:

**Cuadro 66****Valoración de Nivel de Impactos**

<b>Valor</b>	<b>Valor de Impacto</b>
<b>-3</b>	Alto negativo
<b>-2</b>	Medio Negativo
<b>-1</b>	Bajo negativo
<b>0</b>	No hay impacto
<b>1</b>	Bajo positivo
<b>2</b>	Medio positivo
<b>3</b>	Alto positivo

Fuente: Diagnóstico Situacional  
Elaborado por: La autora

Para el cálculo de los impactos se aplicará a través de la siguiente fórmula:

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{\text{No de Indicadores}}$$

**7.2. Impacto Social**

El proyecto tiene un impacto medio positivo que significa que es favorable por ende su implementación tendría una oportunidad beneficiar a la sociedad que le rodea porque con el presente proyecto se pretende mejorar la calidad de vida de la sociedad Cotacacheñas ya que existe jóvenes y adultos con conocimientos se sastrería, mujeres artesanas que le gustan las manualidades y jóvenes con habilidad de ventas, que por momentos existe una gran mayoría que se encuentra desempleada. De esta manera generaría más fuentes de empleo en el sector y así evitar la migración de los miembros de las familias a otras provincias o fuera del país.

**Cuadro 67****Niveles de impacto**

<b>Nivel de Impacto</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>Total</b>
<b>Indicadores</b>								
<b>Calidad de vida</b>						X		2
<b>Generación de empleo</b>							X	3
<b>Aplicación de conocimientos</b>						X		2
<b>Apoyar a la comunidad</b>						X		2
<b>Total</b>						6	3	9

Fuente: Diagnóstico Situacional  
Elaborado por: La autora

Impacto Social =  $9/4$

Impacto social = 2,25

Impacto Social = Medio positivo

**7.3. Impacto Económico**

El indicador nos muestra una respuesta muy favorable por que el nivel de impacto es alto positivo y que le permite a la mejorará de la economía de algunas familias que se involucren en el proyecto a través de generación de fuentes de empleo en las actividades de producción y comercialización o distribución a través de catálogos, a consumidores final en horarios que permita realizar su trabajo sin afectar sus responsabilidades del hogar, y además se generará un aporte de pago de impuesto por la actividad del proyecto según la tabla de personas naturales establecidos por la ley. Por ende se permite una mejor distribución de la economía al sector.

**Cuadro 68****Impacto económico**

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
<b>Indicadores</b>								
Reactivación del aparato productivo							X	3
Rentabilidad del proyecto						X		2
Costo de producción						X		2
Contribución socioeconómica							X	3
<b>Total</b>						4	6	10

Fuente: Diagnóstico situacional

Elaborado por: La autora

Impacto Económico = 10/4

Impacto Económico = 2,5

Impacto económico = Alto positivo

**7.4. Impacto Ambiental**

Durante la ejecución del proyecto se produce ruido de las maquinas que van a estar en operación por ende se ha analizado comprar maquinas que produzcan menos ruido, y se dará los implementos necesarios como mascarillas y entre otros para que se cuidan la salud los trabajadores los que están expuestos a la pelusa de las tela o hilo que se tienden a salir al momento de realizar corte y confección de las prendas de vestir.

Como resultado se conoce un nivel de impacto bajo negativo que quiere decir que el proyecto afecta en menor proporción a la medio ambiente que lo rodea y se pretende también cumplir con ciertas medidas de reciclaje de materiales, además se creará planes de capacitación de sobre un mejor manejo de los desechos y residuos que produzcan dentro la microempresa y se pretende crear una responsabilidad social frente a los comunidades en dar compañías o capacitación en el mejor uso de los prendas de vestir y recolectar las prendas que ya no utilicen

para luego realizar los años viejos de los trapos, para la venta por fin de año y la recaudación se dará para la diferentes comunidades que participen.

### ***Cuadro 69***

#### ***Impacto Ambiental***

<b>Nivel de Impacto</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>Total</b>
<b>Indicadores</b>								
<b>Ruido sobre los trabajadores</b>			X					-1
<b>Contaminación del aire</b>				X				0
<b>Contaminación del agua</b>				X				0
<b>Reutilización de materiales</b>			X					-1
<b>Total</b>			-4	0				$\Sigma$ -2

Fuente: Diagnóstico situacional

Elaborado por: La autora

Impacto Ambiental =  $-2/4$

Impacto Ambiental = - 0.5

Impacto Ambiental = Impacto Bajo Negativo

### **7.5. Impacto Cultural**

El nivel de indicador es de medio positivo para el aspecto cultural ya que con la generación de este proyecto se logra rescatar las costumbres la cultura ancestral y tradiciones que tiene como pueblo indígena del cantón a través de las exposiciones de las prendas de vestir con diseños exclusivos y dar un conjunto de trajes combinados. Que logra atraer más turismo con la imagen. Además se incentivaría a la juventud actual a que use su propia vestimenta como traje formal o elegante para su diario vivir.



**Cuadro 70****Impacto Cultural**

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
<b>Indicadores</b>								
Rescatar las costumbres y tradiciones culturales						X		2
Ventaja competitiva						X		2
Diseños exclusivos						X		2
<b>Total</b>						6		6

Fuente: Diagnóstico situacional  
Elaborado por: La autora

Impacto cultural = 6/3

Impacto Cultural = 2

Impacto Cultural = Medio positivo

**7.6. Matriz general de impactos****Cuadro 71****Resumen de Impactos**

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
<b>Indicadores</b>								
Social						2,25		2,25
Económico						2,5		2,5
Ambiental			0,5					-0,5
Cultural						2		2
<b>Total</b>								6,25

Fuente: diagnostico situacional  
Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria de Calificaciones}}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{6,25}{4} = 1,56$$

En base a los resultados de cada uno de los impactos que se ha estudiado para este proyecto se determina que el impacto general es medio positivo, que quiere decir que es

favorable la creación de esta microempresa por la sociedad que le rodea también se beneficia en partes.

## CONCLUSIONES

Al finalizar con este estudio de factibilidad de la creación de una microempresa de ventas de ropa de mujer indígena por catálogo en el Catón Cotacachi provincia de Imbabura, se estable las siguientes conclusiones:

Con el análisis del diagnóstico se pudo determinar la situación actual de la producción y venta de las prendas de vestir de mujeres indígenas.

A través del estudio del mercado se logró obtener información necesaria y valiosa relacionada con la oferta, demanda, precios de venta y gustos y preferencias que tienen los posibles clientes potenciales y hacer un análisis preliminar de la demanda insatisfecha y poder establecer la capacidad de producción para el proyecto.

En el estudio técnico desde punto de vista macro y micro se establece la localización óptima del proyecto y determina la inversión fija y variable a implementarse en el proyecto.

En el estudio Económico de la microempresa se concluye que es muy factible, debido a que presenta un VAN positivo, la TIR, la tasa de descuento es de 13,47%, en vista a la evaluación financiera refleja valores que favorecen y fortalecen la planificación por lo que se obtiene una buena rentabilidad al aplicar este proyecto.

El nivel de impactos que genera el proyecto representa un valor positivo, en el ámbito social, económico y cultural, a pesar que existe un impacto bajo negativo en aspecto ambiental a lo que se pretende crear la microempresa de forma responsable.

## RECOMENDACIONES

Una vez que el proyecto esté en marcha se debe ir actualizando, los datos o la información necesaria para así enriquecer con toma de decisiones optimas ya que la información no es constante es siempre variable en especial los valores de los cálculos impuestos por la ley.

Aprovechar al máximo la demanda por satisfacer, mediante una producción de calidad, optimizando al máximo los recursos de los que se dispone; para logra con mayor eficiencia y eficacia en todos los procesos durante la ejecución del proyecto, ya que de esta manera se logrará aumentar el volumen de clientes potenciales fieles para la venta este tipo de vestimenta.

Analizar el capital de trabajo, las maquinarias, equipos y todos activos fijos estén en buen funcionamiento y dar un mejor cuidado en el uso de estas maquinaria. A demás realizar las correspondientes depreciaciones y amortizaciones según como establezca la ley durante la ejecución de la microempresa para sea solvente.

Implementar controles y evaluaciones económicas y financieras periódicas que permitan conocer el rendimiento económico financiero a través indicadores financieros y tomar decisiones oportunas a fin de cumplir con los objetivos trazados.

Se deberá mantener los niveles siempre positivos de los impactos, procurando reducir los efectos anversos que se ocurra dentro de la microempresa, así, lograr con éxito la producción y comercialización, para que se beneficien tanto la microempresa como los trabajadores y la sociedad involucrada.

## BIBLIOGRAFÍA

- ✚ ANDRADE DE GUAJARDO, NORA E.; GUAJARDO CANTÚ, GERARDO, Contabilidad Financiera.2014.
- ✚ BRAVO VALDIVIESO, MERCEDES. Contabilidad General.2013
- ✚ ENRIQUEZ ORDOÑEZ, CARLOS; DORADO GOYES, ARTURO. La Construcción de la Cultura Emprendedora y Empresarial un Reto para América Latina en el siglo XXI: Memorias del 3er Congreso Internacional de Emprendimiento.2015
- ✚ ESTUPIÑÁN GAITÁN, RODRIGO. Estados Financieros Básicos Bajo NIC/NIIF.2013.
- ✚ GARCÍA RESTREPO, JAVIER E. Estados Financieros: Consolidación y Métodos de Participación.2013
- ✚ GUTIÉRREZ VIGUERA, MANUEL; COUSO RUANO, ÁLVARO. Interpretación y Análisis de Balances.2013
- ✚ IZAR LANDETA, JUAN MANUEL. Ingeniería económica y financiera.2013
- ✚ MANTILLA B., SAMUEL ALBERTO. Estándares/Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS/NIFF).2013
- ✚ MISHKIN, FREDERIC S. Moneda, Banca y Mercados Financieros.2014
- ✚ PACHECO CONTRERAS, JOHNNY. Contabilidad Financiera con Excel.2013
- ✚ ZAPATA L., JORGE E. Análisis Práctico y Guía de Implementación de NIIF: NIIF Para las PYMES.2013

## LINKOGRAFÍA

<https://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20090212171922AA6KFvB>

<http://www.asambleacotacachi.org/pagina.php?vamenu=110>

<http://www.visitaecuador.com/ve/mostrarRegistro.php?idRegistro=499&informacion=3>

<http://etnias2012.blogspot.com/2012/10/sierra.html>

<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1380/3/CAPITULO%202.pdf>

<http://www.bce.fin.ec/> <http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/754>

# ANEXOS

**ANEXO 1****CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO INDEFINIDO ESTABLECIDO POR EL MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES.**

Comparecen, ante el señor Inspector del Trabajo, por una parte, en calidad de **EMPLEADORA** y por otra parte la señora Tania Narcisa Morán portador de la cédula de ciudadanía # **1003541892** su calidad de **TRABAJADOR**. Los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de Cotacachi y capaces para contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar un contrato de trabajo a PLAZO INDEFINIDO con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas.

El EMPLEADOR y TRABAJADOR en adelante se las denominará conjuntamente como “Partes” e individualmente como “Parte”.

**PRIMERA.- ANTECEDENTES.-**

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades y desarrollo de las tareas propias de su actividad necesita contratar los servicios laborales para confección de prendas de vestir, revisados los antecedentes de la señorita, declara tener los conocimientos necesarios para el desempeño del cargo indicado, por lo que en base a las consideraciones anteriores y por lo expresado en los numerales siguientes, La EMPLEADOR y la TRABAJADORA proceden a celebrar el presente Contrato de Trabajo

**SEGUNDA.- OBJETO.**

La TRABAJADORA se compromete a prestar sus servicios lícitos y personales bajo la dependencia del EMPLEADORA en calidad de la obrera con responsabilidad y esmero, que los desempeñará de conformidad con la Ley, las disposiciones generales, las órdenes e



instrucciones que imparta El EMPLEADOR, dedicando su mayor esfuerzo y capacidad en el desempeño de las actividades para las cuales ha sido contratado. Mantener el grado de eficiencia necesaria para el desempeño de sus labores, guardar reserva en los asuntos que por su naturaleza tuviere esta calidad y que con ocasión de su trabajo fueran de su conocimiento, manejo adecuado de documentos, bienes y valores de la EMPLEADORA y que se encuentran bajo su responsabilidad.

### **TERCERA.- JORNADA ORDINARIA Y HORAS EXTRAORDINARIAS.-**

La TRABAJADORA se obliga y acepta, por su parte, a laborar por jornadas de trabajo, las máximas diarias y semanales, en conformidad con la Ley, en los horarios establecidos por La EMPLEADORA de acuerdo a sus necesidades y actividades. Así mismo, las Partes podrán convenir que, la EMPLEADA labore tiempo extraordinario y suplementario cuando las circunstancias lo ameriten y tan solo por orden escrita de la EMPLEADORA.

### **CUARTA.- REMUNERACIÓN.-**

La EMPLEADORA pagará a su TRABAJADORA por la prestación de sus servicios la remuneración convenida de mutuo acuerdo en la suma de TRECIENTOS SESENTA Y SEIS DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD\$ 366, 00).

LA EMPLEADORA reconocerá también a la TRABAJADORA las obligaciones sociales y los demás beneficios establecidos en la legislación ecuatoriana.

### **QUINTA.- DURACIÓN DEL CONTRATO:**

El presente contrato tiene un plazo indefinido.

Este contrato podrá terminar por las causales establecidas en el Art. 169 del Código de Trabajo en cuanto sean aplicables para este tipo de contrato.

**SEXTA.- LUGAR DE TRABAJO.-**

La TRABAJADORA desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado en las instalaciones ubicadas en las calles 9 de octubre y sucre, en la ciudad de Cotacachi, provincia de Imbabura, para el cumplimiento cabal de las funciones a él encomendadas.

**SÉPTIMA.- Obligaciones de los TRABAJADORES Y EMPLEADORES:**

En lo que respecta a las obligaciones, derecho y prohibiciones del empleador y trabajador, estos se sujetan estrictamente a lo dispuesto en el Código de Trabajo en su Capítulo IV de las obligaciones del empleador y de la trabajadora, a más de las estipuladas en este contrato. Se consideran como faltas graves del trabajador, y por tanto suficientes para dar por terminadas la relación laboral.

**OCTAVA.- LEGISLACIÓN APLICABLE**

En todo lo no previsto en este Contrato, cuyas modalidades especiales las reconocen y aceptan las partes, éstas se sujetan al Código del Trabajo.

**NOVENA.- JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-**

En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo amistoso entre las Partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento oral determinados por la Ley.

**DÉCIMA.- SUSCRIPCIÓN.-**

Las partes se ratifican en todas y cada una de las cláusulas precedentes y para constancia y plena validez de lo estipulado firman este contrato en original y dos ejemplares de igual tenor y valor, en la ciudad de Cotacachi el día 03 del mes de abril del año 2016

**LA EMPLEADORA****LA TRABAJADORA****C.C. 1003541892**

## ANEXO 2

### Encuesta y entrevista a los clientes

<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE</b>  <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS</b>  <b>CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA - CPA</b>	
<p><b>La presente encuesta está dirigida a las mujeres que usan la vestimenta indígena. Tiene por objeto determinar la demanda, existente a estos sectores.</b></p>	
<p><b>Instrucciones:</b></p> <p>La encuesta es anónima, para garantizar la confiabilidad de la información.</p> <p>Marque con una X en la respuesta que usted considere a su criterio.</p>	
<p><b>Edad:</b> 18 a 25 años ( ) 25 a 32 años ( ) 32 a 39 años ( ) 39 a 46 años ( )</p>	
<p><b>1.- ¿En qué etnia se identifica usted?</b></p>	
Indígena	( )
Mestiza	( )
Afro ecuatoriana	( )
Otras Etnias	( )
<p><b>2.- ¿En qué ocasiones utiliza la vestimenta indígena?</b></p>	
En fiestas importantes	( )
Programas o eventos culturales	( )
Acostumbra utilizar a diario	( )
Fines de semana	( )
<p><b>3.- En qué lugar adquiere la vestimenta indígena?</b></p>	
Locales Específicos	( )
A domicilio	( )

En las ferias	( )
Otros	( ) Indique el lugar-----
<b>4.- ¿Estaría usted, dispuesta a comprar la vestimenta por catálogo luego de la visita a casa?</b>	
Si ( )	No ( )
<b>5.- ¿Cuáles son las prendas de vestir que compra con mayor frecuencia?</b>	
Conjuntos completos	( )
Blusa, anacos, Fachalina	( )
Blusa y fajas	( )
Prendas sueltas	( )
<b>6.- ¿Cada qué tiempo adquiere las prendas de vestir?</b>	
Mensual	( )
Trimestral	( )
Semestral	( )
Anual	( )
<b>7.- ¿Cuántos conjuntos estaría dispuesta a comprar anualmente?</b>	
1 a 3	( )
4 a 6	( )
7 a 9	( )
<b>8.- ¿Qué aspectos considera más importante al momento de comprar?</b>	
Variedad	( )
Calidad	( )
Diseño	( )
Precio	( )
<b>9.- ¿Cuáles el costo, que usted estaría dispuesto a gastar por adquirir las prendas de vestir?</b>	

320 a 420 dólares ( )

420 a 520 dólares ( )

520 en adelante ( )

**10.- ¿Cómo sería su forma de pago al momento de la compra?**

Efectivo ( )

Cheque ( )

Condiciones de pago ( )

Todos ( )

**Por cuál medio de publicidad, le gustaría que le informen?**

Revistas ( )

Página web, redes sociales ( )

Afiches ( )

Gigantografías ( )

Radial ( )

**“Gracias por su Colaboración”**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA - CPA**

La presente entrevista está dirigida a los pobladores del cantón Cotacachi para sacar la base de datos de la población económicamente activa y conocer la oferta y demanda existente en este sector.

**ENTREVISTA**

El nombre comercial con el que se identifica su negocio es:

.....

1.-Hace que tiempo funciona su negocio?

.....

2.-Según usted cuales es la edad promedio de los consumidores para esta vestimenta?

.....

3.- Cuantas unidades vende a la semana?

.....

4.- ¿Cuáles son las prendas que más se vende a la semana?

.....

3.- Cuantos modelos considera que se debe establecer para que los clientes puedan escoger a su gusto.

.....

4.- Cada qué tiempo se actualiza los modelos?

.....

5.- En que temporada considera que es más vendible?

.....

6.- Los clientes son solo indígenas o también existen otras etnias?

.....

7.- Cuales son las calidades de tela que usted produce?

.....

8.- Cual es el precio que maneja los clientes a momento de comprar un fuego de blusas.

.....

9.- Las prendas que usted venden son de su propia producción o son comprados?

.....



**ANEXO 3**

Determinación de días laborables		
Días según el calendario	365	
Días feriados	13	
Días de descansos sábados y domingos	105	
Días laborables	247	
Mes	21	días laborables
Semana	5	días laborables
Día	8	horas laborables

Determinación de vestimenta por conjuntos completos a producir para 1er año(2016) según el calendario	
5	Diarios
27	Semanal
113	Mensual
1.354	Anual

Costo de la camisa diseñada y bordada						
Bordado		Semanal	mensual	Anual	Personas	Sueldo
Manual	30%	8	31	406	2	11.227
Maquina Computarizado	70%	19	73	948	1	5.614
Total	100%	27	104	1.354	3	16.841
Costo de cada camisa bordada						12,437343

Costo de corte y confección manual 100%	
Prendas	Cantidad
A. negro	1.354
A. Blanco	1.354
Camisa	1.354
Rebozo	1.354
Camisa	1.354
Total prendas anual	6.770
Personas	2
Sueldo	11.227,42
Costo de cada prenda	1,7

Asignación porcentual de costos administrativos					
Detalle	Camisa	Anaco	Rebozo	Fachalina	Hualca
Sueldo administrativo y ventas	28.030,12	28.030,12	28.030,12	28.030,12	28.030,12
Unidad de producción anual	1.354,08	1.354,08	1.354,08	1.354,08	1.354,08
% Global	20,70	20,70	20,70	20,70	20,70
Costo unitario de cada prenda	265,69	265,69	265,69	265,69	265,69
Gasto bordado y confesionado	14,10	1,66	1,66	1,66	1,66
% Unidad bordado	0,05	0,01	0,01	0,01	0,01
Costo unitario Administrativo	1,10	0,13	0,13	0,13	0,13

Asignación porcentual de costos de ventas	
Sueldo ventas	10.851,05
total piezas de vestimenta	14.895
% Global	0,728510194
Costo unitario de cada prenda	265,69
Costo de ventas	1,94

Camisa				
MPD	Cu	MOD	Cu	Total costo de operación
tela 0,75 cm	7,00	bordador	y	
dos rollos de		diseñador	12,44	
cintas	9,00	corte	y	
		confección	1,66	
una aguja	0,50			
Tambor	2,00			
Mullos	0,75			
Elástico	0,35			
Encajillos	1,20			
Subtotal	20,80		14,10	34,90

Anaco					Total costo de operación
MPD	Cu	MOD	Cu	y	
tela	12,00	corte			
hilos para coser	0,50	confección	1,66		
hilos de colores	2,50				
Subtotal	15,00		1,66		16,66

Rebozo					Total costo de operación
MPD	Cu	MOD	Cu		
tela	8	corte y confección	1,66		
hilos para coser	0,5				
hilos de colores	2,5				
Subtotal	11,00		1,66		12,66

Fachalina					Total costo de operación
MPD	Cu	MOD	Cu	y	
tela	6,50	corte			
hilos para coser	0,50	confección	1,66		
Subtotal	7,00		1,66		8,66

Hualca				
MPD	Cu	MOD	Cu	Total costo de operación
Mazos de mullos	98,00	corte y confección	1,66	
Aguja de pelo	0,50			
Subtotal	98,50		1,66	100,16

Manillas de coral				
MPD	Cu	MOD	Cu	Total costo de operación
mullos	48,00	corte y confección		
hilos para coser	0,50			
Subtotal	48,50		0	48,5

Mana chumbi				
MPD	Cu	MOD	Cu	Total costo de operación
unidad	4,50	corte y confección	0	
Subtotal	4,50		0	4,50

Chumbi				
MPD	Cu	MOD	Cu	Total costo de operación
Unidad	16,00	corte y confección	-	
Subtotal	16,00		0	16,00

Cinta de cabello				
MPD	Cu	MOD	Cu	Total costo de operación
Unidad	3,50	corte y confección	0	
Subtotal	3,50		0	3,50

Alpargates				
MPD	Cu	MOD	Cu	Total costo de operación
Par	3,50	corte y confección	0	
Subtotal	3,50		0	3,50

**ANEXO 4**

## Tabla de personas naturales

**Tabla impuesto a la renta 2016**

Fracción Basica	Exceso hasta	Impuesto a la Fraccion Basica	% Impuesto a la fracción excedente
0	11,170	0	
11,170	14,240	0	5%
14,240	17,800	153	10%
17,800	21,370	509	12%
21,370	42,740	938	15%
42,740	64,090	4,143	20%
64,090	85,470	8,413	25%
85,470	113,940	13,758	30%
113,940	En adelante	22,299	35%

**Resolución: NAC-DGERCGC15-00003195**

Fuente: Servicio de Rentas Internas  
Elaborado por: La autora

## ANEXO 5

### PROCESO DE PRODUCCION

Proceso de producción

